



universität
wien

DISSERTATION

Titel der Dissertation

„Sinnlose Unterhaltung?

Das Unterhaltungserleben gehörloser Personen
vermittelt durch audiovisuelle Medien“

Verfasserin

Mag. Nina Küng

angestrebter akademischer Grad

Doktorin der Philosophie (Dr.phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 092/301

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas

Inhaltsverzeichnis

1) Einleitung.....	1
2) Unterhaltungstheorien im Überblick	3
2.1) Angebotsorientierte Ansätze.....	4
2.1.1) Unterhaltung als Literaturgattung.....	5
2.1.2) Unterhaltung als Medieninhalt in der Programmforschung	7
2.1.3) Unterhaltungsproduktion.....	9
2.1.4) Exkurs: Unterhaltung versus Information	13
2.2) Rezeptionsorientierte Ansätze	15
2.2.1) Anthropologische Ansätze	17
2.2.2) Motivationale Ansätze.....	27
2.2.3) Emotionstheoretische Ansätze	43
2.2.4) Integrative Ansätze.....	60
2.3) Fazit: Unterhaltung als Makroemotion	69
3) Film und Fernsehen als Unterhaltungsmedien	72
3.1) Die Bedeutung von Bild und Ton	72
3.1.1) Die Bedeutung des Bilds	73
3.1.2) Die Bedeutung des Tons	74
3.1.3) Die Verbindung von Bild und Ton	78
3.1.4) Die Wahrnehmung von Bild und Ton	79
3.2) Die Rezeptionssituation	81
3.3) Das Unterhaltungsangebot	83
3.4) Fazit: Film und Fernsehen fördern das triadische Fitting	87
4) Unterhaltung – ein menschliches Recht?	89
4.1) Funktionen von audiovisueller Unterhaltung	89
4.1.1) Soziale Funktionen.....	91
4.1.2) Politische Funktionen.....	98
4.1.3) Ökonomische Funktionen	104
4.1.4) Informationsfunktion	105
4.2) Die Sicherstellung audiovisueller Unterhaltung	106
4.2.1) Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Österreich	106
4.2.2) Das Recht auf Unterhaltung.....	107
4.2.3) Das Recht auf gleichen Zugang	110
4.3) Fazit: Unterhaltung für alle – mit Recht!.....	113

5) Formen der Tonsubstitution	115
5.1) Einblendung von Untertiteln	115
5.1.1) Technische Aspekte.....	117
5.1.2) Linguistische Aspekte	119
5.1.3) Untertitel für Hörgeschädigte (SDH)	120
5.1.4) Vor- und Nachteile von Untertiteln für Hörgeschädigte	125
5.2) Einblendung von Dolmetscher/innen.....	128
5.2.1) Zentroidale Translation.....	129
5.2.2) Informationsorientierte Formate	132
5.2.3) Unterhaltungsorientierte Formate.....	134
5.2.4) Vor- und Nachteile	137
5.3) Praxisbeispiel: Tonsubstitution im ORF.....	141
5.4) Fazit: Emotion durch Tonsubstitution?.....	142
 6) Gehörlose Rezipient/innen	 145
6.1) Formen der Hörbeeinträchtigung	145
6.1.1) Medizinische Kategorisierung	145
6.1.2) Linguistische Kategorisierung	148
6.2) Gebärdensprache und Gehörlosenkultur	151
6.3) Wahrnehmung und Mediennutzung gehörloser Menschen	157
6.3.1) Kognitive Verarbeitungsmuster	158
6.3.2) Technischer Fortschritt: anfangs ein Rückschritt.....	160
6.3.3) Printmedien	162
6.3.4) Internet	163
6.3.5) Audiovisuelle Medien.....	165
6.4) Fazit: Gehörlosigkeit begünstigt (audio)visuell vermitteltes Unterhaltungserleben.....	167
 7) Das Unterhaltungserleben gehörloser Rezipient/innen	 169
7.1) Forschungsleitende Fragestellung	169
7.1.1) Forschungsfragen	169
7.1.2) Hypothesen	170
7.2) Operationalisierung	170
7.2.1) TDU-Unterhaltungsindex.....	171
7.2.2) Postrezeptive Befragung	171
7.2.3) Kritik am TDU-Unterhaltungsindex	173
7.2.4) TV-Erlebnissfaktoren nach Ursula Dehm	174
7.3) Stichprobenumfang.....	177

7.4) Untersuchungsdesign	180
7.4.1) Ausschaltung von Störvariablen	181
7.4.2) Stimuli und Tonsubstitution	186
7.4.3) Fragebogen.....	187
7.4.4) Rekrutierung und Setting	188
7.4.5) Kontrollgruppen.....	190
7.5) Datenerhebung	191
7.5.1) Pretest	191
7.5.2) Haupttests.....	192
8) Ergebnisse	195
8.1) Demografische Daten.....	195
8.1.1) Pretest	195
8.1.2) Experimentalreihe A.....	197
8.1.3) Experimentalreihe B.....	202
8.1.4) Experimentalreihe C.....	207
8.1.5) Zusammenfassung.....	211
8.2) TV-Gewohnheiten und Unterhaltungsfaktoren	213
8.2.1) Pretest	213
8.2.2) Experimentalreihe C.....	220
8.2.3) Zusammenfassung und Interpretation.....	224
8.3) Unterhaltungserleben mit Untertiteln	225
8.3.1) Pretest	225
8.3.2) Experimentalreihe A.....	226
8.3.3) Experimentalreihe B.....	229
8.3.4) Experimentalreihe C.....	232
8.3.5) Zusammenfassung und Interpretation.....	235
8.4) Unterhaltungserleben mit GS-Einblendungen	238
8.4.1) Experimentalreihe A.....	238
8.4.2) Experimentalreihe B.....	240
8.4.3) Experimentalreihe C.....	244
8.4.4) Zusammenfassung und Interpretation.....	248
8.5) Unterhaltungserleben im Vergleich: UT vs. DLE	250
8.5.1) Stimulus 1: österreichischer Spielfilm	250
8.5.2) Stimulus 2: amerikanische Krimiserie	253
8.5.3) Zusammenfassung und Interpretation.....	255

9) Fazit: Sinnliche Unterhaltung	258
9.1) Beantwortung der Forschungsfragen.....	259
9.1.1) Forschungsfrage 1	260
9.1.2) Forschungsfrage 2	260
9.1.3) Forschungsfrage 3	261
9.1.4) Forschungsfrage 4	261
9.1.5) Forschungsfrage 5	261
9.1.6) Forschungsfrage 6	262
9.1.7) Forschungsfrage 7	262
9.1.8) Forschungsfrage 8	262
9.1.9) Forschungsfrage 9	263
9.1.10) Forschungsfrage 10.....	263
9.1.11) Forschungsfrage 11.....	263
9.1.12) Forschungsfrage 12.....	264
9.2) Hypothesen.....	264
9.2.1) Hypothese a.....	264
9.2.2) Hypothese b	264
9.2.3) Hypothese c.....	265
9.2.4) Hypothese d	265
9.2.5) Hypothese e.....	265
10) Danksagung.....	266
11) Literaturverzeichnis.....	268
Anhang	293

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Kategorisierung des Spiels nach Caillois	21
Abb. 2	Motivationsmodell nach Deci und Ryan.....	40
Abb. 3	Unterhaltung als Beziehung	42
Abb. 4	Emotionsauslösung durch Mediendarstellungen	51
Abb. 5	Entstehung affektiver Dispositionen nach Zillmann.....	53
Abb. 6	Unterhaltung als Metaemotion nach Bartsch et al.....	59
Abb. 7	Unterhaltungserleben nach Vorderer et al.....	61
Abb. 8	Modell des triadischen Fittings	66
Abb. 9	Dynamisches Zweiebenenmodell der Unterhaltungsrezeption.....	67
Abb. 10	Funktionen der Massenmedien	90
Abb. 11	Programmstruktur ORF1 (Frühjahr 2009)	109
Abb. 12	Vertikale und diagonale Untertitel nach Gottlieb (leicht adaptiert)	116
Abb. 13	Einblendung von GS-Dolmetscher/innen als zentroidale Translation.....	129
Abb. 14	Situative Elemente (Maletzke 1978) im triadischen Fitting (Früh 2002)	142
Abb. 15	Ausmaß des Hörverlusts in Dezibel	146
Abb. 16	Grad der Hörschädigung in dB nach Hezel (leicht adaptiert)	146
Abb. 17	Ausmaß des Hörverlusts in Prozent.....	147
Abb. 18	Linguistische Struktur der Gebärdensprache (Eigendarstellung).....	153
Abb. 19	Items zur Abfrage aktiver Souveränität und Valenz.....	172
Abb. 20	Items zur Abfrage passiver Souveränität	172
Abb. 21	Zuordnung der Items zu den TV-Erlebnisfaktoren	175
Abb. 22	Experimentelles Untersuchungsdesign.....	181
Abb. 23	Pretest: Wohnort der Proband/innen	196
Abb. 24	Pretest: höchste abgeschlossene Ausbildung	196
Abb. 25	Pretest: Fallzusammenfassung Sprachen	196
Abb. 26	Pretest: Sprachvermögen.....	197
Abb. 27	Pretest: Kreuztabelle Sprachen/Hörstatus.....	197
Abb. 28	Exp. A: Aufteilung der Proband/innen hinsichtlich der Stimuli	198
Abb. 29	Exp. A: HT DLE – höchste abgeschlossene Ausbildung	198
Abb. 30	Exp. A: HT DLE – Sprachvermögen	199
Abb. 31	Exp. A: HT DLE – Kreuztabelle Sprachvermögen/Hörstatus	199
Abb. 32	Exp. A: HT UT – Wohnort der Proband/innen.....	200
Abb. 33	Exp. A: HT UT – Sprachvermögen	200
Abb. 34	Exp. A: HT UT – Kreuztabelle Sprachvermögen/Hörstatus	201
Abb. 35	Exp. A: Kontrollgruppe – höchste abgeschlossene Ausbildung.....	201
Abb. 36	Exp. B: Aufteilung der Proband/innen hinsichtlich der Stimuli	202

Abb. 37	Exp. B: HT DLE – Wohnort der Proband/innen	203
Abb. 38	Exp. B: HT DLE - Sprachvermögen	203
Abb. 39	Exp. B: HT DLE - Kreuztabelle Sprachvermögen/Hörstatus.....	204
Abb. 40	Exp. B: HT DLE - höchste abgeschlossene Ausbildung	204
Abb. 41	Exp. B: HT UT – Wohnort der Proband/innen.....	205
Abb. 42	Exp. B: HT UT – höchste abgeschlossene Ausbildung.....	205
Abb. 43	Exp. B: HT UT - Sprachvermögen	206
Abb. 44	Exp. B: HT UT - Kreuztabelle Sprachvermögen/Hörstatus	206
Abb. 45	Exp. B: Kontrollgruppe – höchste abgeschlossene Ausbildung.....	207
Abb. 46	Exp. B: Kontrollgruppe - Sprachvermögen	207
Abb. 47	Exp. C: Aufteilung der Proband/innen hinsichtlich der Stimuli	208
Abb. 48	Exp. C: HT DLE - höchste abgeschlossene Ausbildung	208
Abb. 49	Exp. C: HT DLE – Sprachvermögen.....	209
Abb. 50	Exp. C: HT UT – höchste abgeschlossene Ausbildung.....	209
Abb. 51	Exp. C: HT UT – Sprachvermögen	210
Abb. 52	Exp. C: HT UT – Kreuztabelle Sprachen/Hörstatus	210
Abb. 53	Exp. C: Kontrollgruppe - Wohnort der Proband/innen	211
Abb. 54	Exp. C: Kontrollgruppe – höchste abgeschlossene Ausbildung.....	211
Abb. 55	Proband/innen der Experimentalreihen nach Altersklassen	212
Abb. 56	Sprachvermögen nach Altersgruppen*	213
Abb. 57	Pretest: Wie viele Stunden sehen Sie üblicherweise am Stück fern?	214
Abb. 58	Pretest: Wann schauen Sie gerne fern?	214
Abb. 59	Pretest: Welche dieser Fernsehsender nutzen Sie?	215
Abb. 60	Pretest: Wie verstehen Sie den TV-Inhalt?	216
Abb. 61	Pretest: Welche dieser Sendungen gefallen Ihnen?	217
Abb. 62	Pretest: Ausprägung der Unterhaltungsfaktoren nach Dehm*	218
Abb. 63	Pretest: Items zum Unterhaltungsfaktor Emotionalität.....	219
Abb. 64	Pretest: Items zum Unterhaltungsfaktor Zeitvertreib	219
Abb. 65	Pretest: Items zum Unterhaltungsfaktor soziales Erleben	220
Abb. 66	Exp. C: Sehen Sie gerne fern?	221
Abb. 67	Exp. C: Erschließung der TV-Inhalte*	222
Abb. 68	Exp. C: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich	222
Abb. 69	Exp. C: Statistik für Mann-Whitney-Test.....	223
Abb. 70	Exp. C: gruppierter Median der Unterhaltungsfaktoren	223
Abb. 71	Exp. A, UT: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich.....	226
Abb. 72	Exp. A, UT: Statistik für Mann-Whitney-Test	227
Abb. 73	Exp. A, UT: gruppierter Median	227
Abb. 74	Exp. A: Untertitel kann ich gut verstehen	228

Abb. 75	Exp. A: Untertitel sind oft zu kompliziert	228
Abb. 76	Exp. A: Untertitellesen ist anstrengend	229
Abb. 77	Exp. B, UT: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich	230
Abb. 78	Exp. B, UT: Statistik für Mann-Whitney-Test	230
Abb. 79	Exp. B, UT: gruppierter Median	230
Abb. 80	Exp. B: Untertitel kann ich gut verstehen	231
Abb. 81	Exp. B: Untertitel sind oft zu kompliziert*	231
Abb. 82	Exp. B: Untertitellesen ist anstrengend	232
Abb. 83	Exp. C, UT: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich	233
Abb. 84	Exp. C, UT: Statistik für Mann-Whitney-Test	233
Abb. 85	Exp. C, UT: gruppierter Median	233
Abb. 86	Exp. C: Untertitel kann ich gut verstehen	234
Abb. 87	Exp. C: Untertitel sind oft zu kompliziert	234
Abb. 88	Exp. C: Untertitellesen ist anstrengend*	234
Abb. 89	Gruppenstatistik UT & Ton	235
Abb. 90	UT vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab. I	235
Abb. 91	UT vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab. II	235
Abb. 92	Gesamtauswertung: Untertitel kann ich gut verstehen*	236
Abb. 93	Gesamtauswertung: Untertitel sind oft zu kompliziert*	237
Abb. 94	Gesamtauswertung: Untertitellesen ist anstrengend*	237
Abb. 95	Exp. A, DLE: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich	239
Abb. 96	Exp. A, DLE: Statistik für Mann-Whitney-Test	239
Abb. 97	Exp. A, DLE: gruppierter Median	240
Abb. 98	Exp. B, DLE: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich	241
Abb. 99	Exp. B, DLE: Statistik für Mann-Whitney-Test	241
Abb. 100	Exp. B, DLE: gruppierter Median	241
Abb. 101	Exp. B: Ich verstehe die ÖGS Dolmetscher/innen sehr gut*	242
Abb. 102	Exp. B: Die Verdolmetschung ist zu kompliziert	242
Abb. 103	Exp. B: Den Dolmetscher/innen zuzuschauen, ist sehr anstrengend..	243
Abb. 104	Exp. B: Ich finde es sehr gut, wenn Filme verdolmetscht werden* ...	243
Abb. 105	Exp. C, DLE: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich	244
Abb. 106	Exp. C, DLE: Statistik für Mann-Whitney-Test	245
Abb. 107	Exp. C, DLE: gruppierter Median	245
Abb. 108	Exp. C: Ich verstehe die ÖGS Dolmetscher/innen sehr gut	246
Abb. 109	Exp. C: Die Verdolmetschung ist zu kompliziert*	246
Abb. 110	Exp. C: Den Dolmetscher/innen zuzuschauen, ist sehr anstrengend*	247
Abb. 111	Exp. C: Ich finde es sehr gut, wenn Filme verdolmetscht werden	247
Abb. 112	Gruppenstatistiken DLE & Ton	248

Abb. 113	DLE vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab I.....	248
Abb. 114	DLE vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab II	248
Abb. 115	DLE vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab III	249
Abb. 116	Film vs. Serie: DLE, Ränge im Vergleich	249
Abb. 117	Film vs. Serie: DLE, Statistik für Mann-Whitney-Test.....	249
Abb. 118	Film vs. Serie: DLE, gruppierter Median	250
Abb. 119	UIX Film: deskriptive Statistik, Tab. I.....	251
Abb. 120	UIX Film: deskriptive Statistik, Tab. II	251
Abb. 121	UIX Film: ONEWAY ANOVA	251
Abb. 122	UIX Film: Scheffé-Prozedur, Tab. I	251
Abb. 123	UIX Film: Scheffé-Prozedur, Tab. II	252
Abb. 124	UIX Film: Kruskal-Wallis-Test, Ränge im Vergleich	252
Abb. 125	UIX Film: Statistik für Kruskal-Wallis-Test	253
Abb. 126	UIX Film: gruppierter Median.....	253
Abb. 127	UIX Serie: Kruskal-Wallis-Test, Ränge im Vergleich.....	253
Abb. 128	UIX Serie: Statistik für Kruskal-Wallis-Test	254
Abb. 129	UIX Serie: gruppierter Median	254
Abb. 130	Serie UIX: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich	254
Abb. 131	Serie UIX: Statistik für Mann-Whitney-Test.....	255
Abb. 132	UIX: deskriptive Statistiken, Tab. I	255
Abb. 133	UIX: deskriptive Statistiken, Tab. II.....	256
Abb. 134	UIX: ONEWAY ANOVA.....	256
Abb. 135	UIX: Scheffé-Prozedur, Tab. I.....	256
Abb. 136	UIX: Scheffé-Prozedur, Tab. II.....	257

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
AEM	Allgemeine Erklärung der Menschenrechte
ALM	Arbeitsgemeinschaft der Landesmedien
ANOVA	analysis of variance
aS	aktive Souveränität
ASL	American Sign Language
AVMD	Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste
BGStG	Behindertengleichstellungsgesetz
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
CI	Cochlea Implantat
CODA	Children Of Deaf Adults
d.h.	das heißt
DGS	Deutsche Gebärdensprache
DLE	Dolmetsch-Einblendungen
DTA	Dynamisch-Transaktionaler Ansatz
EG	Europäische Gemeinschaft
EMRK	Europäische Menschenrechtskonvention
et al.	et alii, et aliae (und andere)
etc.	et cetera (und so weiter)
EU	Europäische Union
EUR	Euro
exkl.	exklusive
ggf.	gegebenenfalls
GL	gehörlos
GS	Gebärdensprache
HT	Haupttest
IPKW	Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
K.A.	Keine Angabe
min.	Minuten
ÖGLB	Österreichischer Gehörlosenbund
ÖGS	Österreichische Gebärdensprache
ORF	Österreichischer Rundfunk
ORF-G	ORF-Gesetz
pS	passive Souveränität
PSB	Parasoziale Beziehung

PSI	Parasoziale Interaktion
rd.	rund
resp.	respective
RL	Richtlinie
SDH	Subtitling for the deaf and hard-of-hearing
SDT	Self-Determination Theory
Sig.	Signifikanz
sog.	sogenannte
Tab.	Tabelle
TDU	Triadisch-Dynamische Unterhaltungstheorie
TV	Television
UIX	Unterhaltungsindex
UN	United Nations
usw.	und so weiter
UT	Untertitel
uvm.	und viele mehr
V	Valenz
v.a.	vor allem
vgl.	vergleiche
VGT	Vorarlberger Gehörlosentreff
WITAF	Wiener Taubstummen-Fürsorgeverband
YGL1	Stimulus mit Untertitel
YGL2	Stimulus mit Gebärdensprach-Einblendung
YH1	Stimulus mit Ton
z.B.	zum Beispiel

1) Einleitung

„Medien sind Attrappen für Auge, Ohr und Gehirn.“
(Schwender 2006: 33)

Jegliche Medienrezeption setzt die Wahrnehmung des betreffenden Mediums voraus. Das Phänomen der menschlichen Wahrnehmung basiert auf fünf Sinneskanälen: dem Hörsinn, dem Geruchssinn, dem Geschmackssinn sowie dem Sehsinn und dem Tastsinn. Betrachtet man nun die Medienlandschaft etwas näher, so stellt man schnell fest, dass beim Medienkonsum vor allem der Hör- und Sehsinn angesprochen werden (vgl. Schwender 2006: 34). Was geschieht jedoch, wenn einer dieser Sinne stark eingeschränkt oder gar nicht vorhanden ist?

Von den meisten Medien wird nur einer der beiden Sinne stimuliert. Dadurch ergibt sich für das Individuum die Möglichkeit, sich nur jenen Medien zu widmen, die seine funktionierenden Sinne ansprechen. So wird ein gehörloser Mensch dem Massenmedium Radio ausweichen, ein Blinder hingegen überwiegend dieses Medium nutzen.

Eine Ausnahme bildet hier das Fernsehen, da es sowohl visuelle als auch akustische Signale übermittelt (vgl. Schwender 2006: 34). Demnach nimmt eine seh- oder hörgeschädigte Person nur einen Teil der gesendeten Fernsehprogramme wahr. Das Fernsehen, als klassisches Unterhaltungsmedium, erfüllt jedoch eine Reihe von wichtigen, gesellschaftlichen Funktionen. Damit ist nicht nur die Rekreationsfunktion gemeint, sondern auch die identitätsstiftende Funktion. Die Orientierungshilfe und die Sozialisationsfunktion unterstützen das Individuum dabei, sich in einer immer komplexer werdenden Umwelt zurechtzufinden. Diese Funktionen müssen auch für gehörlose Individuen erfüllt werden. Vielleicht könnte man sogar sagen, dass diese Funktionen erst recht für Gehörlose erfüllt werden müssen, da es für sie ohnehin bereits schwieriger ist, sich in unserer Gesellschaft und Umwelt zu orientieren. Daher sind die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dazu verpflichtet, verwertbare Programme für diese Gruppen anzubieten. Bei diesen Programmen gilt es, das Problem der Bild-Ton-Schere zu überwinden. Während für blinde Rezipient/innen mittels Zweikanaltons die Bildabfolge von einem Sprecher beschrieben wird, ergänzt man für Gehörlose das Programm mit sogenannten Untertiteln oder Dolmetsch-Einblendungen.

Die Dolmetsch-Einblendungen werden in der Praxis hauptsächlich bei Nachrichtenformaten eingesetzt. Der Rest des Programms wird untertitelt, so auch

die gesamten unterhaltungsfördernden Formate. Dabei wird ignoriert, dass 90% der Gehörlosen Probleme haben, Schriftsprache zu verstehen (vgl. Wempe/ Walther 1996: 160). Die Gemeinschaft der Gehörlosen prangert die Methode der Untertitelung daher häufig als unzulänglich an und fordert den verstärkten Einsatz von Gebärdenspracheinblendungen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hingegen bezeichnen die Einblendungen von Dolmetscher/innen als störend und zu kostspielig (vgl. Donath et. al. 1996: 157).

Trotz dieser Problematik gilt das Fernsehen unter Gehörlosen immer noch als das bedeutendste und meistgenutzte Massenmedium (vgl. Rußmann 2002: 61). Die zentrale Frage ist demnach: Wie erleben gehörlose Menschen Unterhaltung, wenn der Ton nicht wahrgenommen bzw. nur über Untertitel vermittelt wird? Kann das Unterhaltungserleben gehörloser Zuschauer durch die Einblendung von Dolmetscher/innen eventuell gesteigert werden?

In der vorliegenden Studie wird untersucht, wie sich das Unterhaltungserleben gehörloser Personen unter dem Einfluss verschiedener Formen der Tonsubstitution verändert.

2) Unterhaltungstheorien im Überblick

„[...] Unterhaltung ist eine menschliche Lebensäußerung,
die so komplex ist wie das menschliche Leben selber.“

(Bosshart 1979: 211)

Dem Begriff Unterhaltung kann man sich aus einer Vielzahl theoretischer Perspektiven nähern. Er hat Eingang in die kulturpessimistischen Ansätze der Frankfurter Schule, die Cultural Studies und eine Fülle anthropologischer, (sozial-) psychologischer und soziologischer Ansätze gefunden.

Bei näherer Betrachtung stellt man allerdings schnell fest, dass Unterhaltung auf Mikroebene stets unterschiedlich definiert wird. Trotz der differierenden und teils widersprüchlichen Auffassungen haben die Ansätze auf Metaebene eines gemein: Sie betrachten Unterhaltung als Form oder Bestandteil von Kommunikation. Dorsch-Jungsberger schreibt dazu:

„Die Bestimmungsfaktoren für die Bedeutung des Wortes Unterhaltung entsprechen den Elementen, die auch den Kommunikationsprozeß (sic!) konstituieren.“ (Dorsch-Jungsberger 1994: 345)

Kommunikation basiert auf vier zentralen Elementen: dem Kommunikator (K), der Aussage (A), dem Medium (M) und dem Rezipienten (R). Wenn der Kommunikator dem Rezipienten mithilfe eines Mediums eine Aussage mitteilt und dabei Verständigung erzielt, findet Kommunikation statt. Die Aktion des Kommunikators bezeichnet man dabei als Mitteilungshandlung, jene des Rezipienten bzw. der Rezipientin als Verstehens- oder Rezeptionshandlung (vgl. Burkart 1998: 60ff).

In den meisten Ansätzen wird das Phänomen Unterhaltung bei der Mitteilungs- oder Rezeptionshandlung verortet, man spricht von angebots- bzw. rezeptionsorientierten Ansätzen. Vereinzelt wird Unterhaltung einer der vier Grundgrößen zugeordnet. Mit dieser isolierten Sichtweise spricht man dem Phänomen den prozessualen Charakter ab, der jede Kommunikation kennzeichnet. Ordnet man Unterhaltung bspw. nur der Aussage A zu, dann können Medium und Rezipient keinen weiteren Einfluss auf den Wert nehmen. Unterhaltung gilt dann lediglich als Attribut der Aussage A. Diese Sichtweise wird vor allem in den Anfängen der Unterhaltungsforschung vertreten und gilt heute als überholt.

Anhand der analytischen Gliederung in angebots- und rezeptionsorientierte Ansätze werden im Folgenden die zentralen Theorien und Modelle zum Thema Unterhaltung

vorgestellt, um abschließend zur forschungsleitenden Definition des Begriffs zu gelangen.

2.1) Angebotsorientierte Ansätze

Die angebotsorientierten Ansätze legen den Fokus auf drei der erwähnten vier Kommunikationselemente. Um dem Rezipienten ein annehmbares Unterhaltungsangebot zur Verfügung zu stellen, bedarf es dem dynamischen Zusammenspiel von Kommunikator als Produzent, Aussage als Produkt und Medium als Vermittlungsinstanz.

Die Kommunikatorrolle nimmt im persönlichen Gespräch bspw. der Gesprächspartner ein, bei der Lektüre eines Buchs der Autor und im Fernsehen der Produzent. Dorsch-Jungsberger beschreibt diese Rolle wie folgt:

„Auf der Kommunikatorseite lassen sich diverse Unterhalterrollen ausmachen wie etwa der Gesprächspartner, der Alleinunterhalter, der für Massenunterhaltung Verantwortliche, der Unterhaltungsproduzent, der Massenunterhaltungsproduzent, der für die Distribution verantwortliche Verleiher des Massenunterhaltungsproduktes usw.“ (Dorsch-Jungsberger 1994: 345)

Demnach ist aus der Perspektive des Kommunikators Unterhaltung eine Aussage, die als Produkt seiner Fertigkeiten unter Berücksichtigung anerkannter Grundsätze entsteht.

Diese Aussage bzw. das Unterhaltungsprodukt ist gekennzeichnet durch den Inhalt und die Art und Weise, wie dieser präsentiert wird. Wiederkehrende Handlungsmuster sind ebenso charakteristisch wie starke Emotionen und spielerisch zu erlernendes Wissen (vgl. Dorsch-Jungsberger 1994: 346).

Vermittelt wird diese Aussage über ein Medium. Medien sind nach Burkart *„Ausdrucksmittel der kommunikativen Aktivität“* (Burkart 1998: 35). Es gilt zwischen primären, sekundären und tertiären Formen zu unterscheiden. Zu den primären Medien gehören Sprache, Mimik und Gestik sowie Körperhaltung und Bewegung. Wenn eine Aussage nur über primäre Medien vermittelt wird, reichen die menschlichen Sinne aus, um erfolgreich zu kommunizieren. Bei sekundären Medien wird im Rahmen der Produktion ein Gerät zwischengeschaltet (z.B. Plakat, Zeitung, Buch). Auf Empfängerseite reichen dennoch die menschlichen Fertigkeiten aus, um Verständigung zu erzielen. Bei tertiären Medien hingegen wird auf beiden Seiten, also sowohl beim Sender als auch beim Empfänger, ein Gerät zur Ver- bzw. Entschlüsselung der Aussage benötigt (z.B. Rundfunk, Fernsehen, Film). Nur unter

diesen Voraussetzungen besteht die Möglichkeit, dass Kommunikation stattfinden kann (vgl. Burkart 1998: 36f).

Der Kommunikator nimmt maßgeblichen Einfluss auf die Auswahl des Mediums. Die Produktion einer Aussage, die bspw. von tertiären Medien vermittelt wird, unterscheidet sich nämlich grundlegend von jener der primären Kommunikation. Auch Inhalt und Präsentation der Aussagen werden wesentlich von der Medienwahl beeinflusst.

Trotz der starken Verknüpfung zwischen den drei Kommunikationselementen und der gegenseitigen Bedingung scheint aus angebotsorientierter Perspektive der Begriff Unterhaltung am besten zur Aussage bzw. dem Medienprodukt zu passen. Wünsch expliziert diese Vorstellung, indem er von Ansätzen spricht, die *„in Unterhaltung vor allen Dingen ein Merkmal von Medieninhalten sehen“* (Wünsch 2002: 39). Einer dieser Ansätze stammt aus der Literaturwissenschaft.

2.1.1) Unterhaltung als Literaturgattung

In der Literaturwissenschaft markiert Unterhaltung die mittlere Ebene eines Dreischichtenmodells literarischer Qualität. Die oberste Schicht bildet dabei die Dichtung bzw. Hochliteratur, die unterste hingegen die Trivialliteratur. Die Grenze zwischen Unterhaltung und Trivialliteratur verläuft fließend, weshalb vereinzelt auf die Unterscheidung verzichtet und lediglich auf die Dichotomie „guter“ und „schlechter“ Literatur hingewiesen wird (vgl. Habicht/Lange 1995: 174). Habicht und Lange schildern dies wie folgt:

„Fällt die Abgrenzung gegenüber der Dichtung noch relativ leicht, weil U. nur in seltenen Fällen neue Wahrnehmungs- und Erkenntnismöglichkeiten der Realität erschließt, vielmehr fast immer die gängigen Sichtweisen des Publikums bzw. den gesellschaftlich anerkannten Normenhorizont bestätigt, so sind die Abgrenzungsversuche gegenüber der Trivialliteratur um so unbefriedigender.“ (Habicht/Lange 1995: 174)

Richter betrachtet die Trivialliteratur als Teilbereich der Unterhaltungsliteratur, betont jedoch, dass sie das unterste Ende dieser Kategorie bildet. Während gute Unterhaltungsliteratur versucht, auf lebendige Art und Weise ein Bild der Gesellschaft zu vermitteln und das Bewusstsein des Lesers anzusprechen, ohne ihn zu überfordern, zielt die Trivialliteratur darauf ab, Erwartungen, gefestigte Ansichten und Vorurteile des Publikums zu bekräftigen (vgl. Richter 1978: 477).

Im 18. Jahrhundert tritt die massenhaft verbreitete Trivialliteratur in Form der Schauerromantik in Erscheinung. Im 19. und 20. Jahrhundert sind es vor allem die Zeitungs- und Heftromane, die das stetig wachsende Bedürfnis der Bevölkerung nach

trivialer Unterhaltung stillen. Aufgrund der strengen Vorgaben für die Autoren und der wiederkehrenden Handlungsmuster empfindet Richter die Heftromane als besonders schändlich. Er spricht ihnen das Recht auf die Etikette „Literatur“ ab und bezeichnet sie geringschätzig als Fertigfabrikationen (vgl. Richter 1978: 478). Baasner und Zens erkennen in der Redundanz von Handlungen hingegen eine Eigenschaft des Trivialen:

„Zu den typischen Merkmalen des Trivialen gehören kaum unterscheidbare Versatzstücke der Handlung in mehreren gleichartigen Stücken, offensichtliche Reihenproduktion in stereotypen Wiederholungen und eine dem Publikum längst vertraute oberflächliche Darstellungsweise.“ (Baasner/Zens 2001:19)

Welche Werke in den Kanon der Hochliteratur aufgenommen und welche pejorativ als Unterhaltungs- bzw. Trivalliteratur eingestuft werden, hängt in der Tradition der frühen Literaturwissenschaften von Inhalt und Darstellung ab.

In der neueren Literaturtheorie hingegen stehen der Leser, die Prozesshaftigkeit der Rezeption und der Handlungsrahmen zunehmend im Fokus des Interesses. Anderegg bspw. schlägt eine modellhafte Systematisierung nach Kommunikationsweisen vor. Er unterscheidet zwischen Sachkommunikation, Fiktivkommunikation und schematischer Kommunikation. Die entscheidende Größe bildet dabei das jeweilige Bezugsfeld. Erst in diesem Bezugsfeld scheint ein Urteil bzw. eine Handlung sinnvoll. Während im Rahmen der Sachkommunikation das Bezugsfeld von Autor und Leser übereinstimmen muss, ermöglicht die Fiktivkommunikation dem Leser, sich vorübergehend in einem fremden Bezugsfeld zu bewegen. Die schematische Kommunikation hingegen ist gekennzeichnet durch die *„Teilhabe am Dargestellten, die der Teilhabe an Tatsächlichem gleicht“* (Anderegg 1976: 22). Diese Ähnlichkeit ermöglicht eine Form von Identifikation, die mit jener aus dem Spiel vergleichbar ist (vgl. Anderegg 1976: 16ff). Unterhaltung als Begriff findet in der Anderegg'schen Trias keine Erwähnung. Dennoch weist die schematische Kommunikationsweise, nicht zuletzt aufgrund der Analogie zum Spiel, Eigenschaften auf, die auch heute noch in einer Vielzahl von Ansätzen mit dem Begriff in Verbindung gebracht werden.

Einen interessanten Ansatz neueren Datums, der jedoch auf dem althergebrachten Dreischichtenmodell basiert, liefert Puschmann-Nalenz. Sie konstatiert, dass die Wertung bzw. Abwertung von Unterhaltung stets einer gewissen Historizität unterliegt. So kann ein und derselbe Text je nach Epoche bzw. Zeitabschnitt als Hochliteratur oder Unterhaltung bewertet werden. Dies rührt daher, dass Rezeption und Rezeptionsgeschichte stärkeren Einfluss auf die Bewertung eines Textes nehmen als strukturelle und inhaltliche Merkmale (vgl. Puschmann-Nalenz 1994: 51f).

„Unterhaltung ist relativ und wird gesteuert von geschichtlichen, kultur- und literarhistorischen Faktoren, die in erster Linie Rezeption und Rezipienten beeinflussen.“
(Puschmann-Nalenz 1994: 63)

Während also in den Literaturwissenschaften ein Wandel hin zu einem rezeptionsorientierten Unterhaltungsverständnis stattfindet, existiert in der Kommunikationswissenschaft nach wie vor eine Forschungsrichtung, für die es essenziell ist, Unterhaltung aus inhaltstheoretischer Perspektive zu betrachten: die Programmforschung.

2.1.2) Unterhaltung als Medieninhalt in der Programmforschung

Im Programmbericht 2008 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) definiert Schneider den Begriff des Programms mit den Worten: *„Ein Programm ist das, was ein Sender anbietet.“* (Schneider 2009: 11) Die Programmforschung bemüht sich um die Untersuchung dieses Angebots. Daher werden im Rahmen von sogenannten Programmstrukturanalysen Ausmaß, Erscheinungsformen, Platzierung und Produktionscharakteristika der Programmbestandteile eines Senders analysiert (vgl. Trebbe/ Schwotzer 2010: 69f).

In Deutschland werden die acht bundesweiten Fernsehvollprogramme (ARD/Das Erste, ZDF, RTL, VOX, RTL II, Sat.1, ProSieben, kabel eins) seit 1998 im Auftrag der ALM regelmäßig solchen Programmstrukturanalysen unterzogen. Im Jahr 2006 wurden auf Wunsch der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) auch die drei österreichischen Vollprogramme (ORF1, ORF2, ATVplus) in die Studie integriert (vgl. Trebbe/Schwotzer 2010: 68).

Unterhaltung gilt im Rahmen dieser Analyse als inhaltliche Kategorie von TV-Angeboten. Sie wird in drei Sparten unterteilt: die fiktionale und nonfiktionale Unterhaltung sowie die Unterhaltungspublizistik. Die ersten beiden Sparten werden bereits im Vorfeld als Unterhaltung deklariert. Gattungen wie Kino- und Fernsehfilme oder Serien und Zeichentrickfilme gelten dabei als fiktionale Unterhaltung. Shows, Comedyformate, Musik- und Kindersendungen sowie Theater- und Kabarettaufführungen zählen zur nonfiktionalen Unterhaltung (vgl. Trebbe/ Schwotzer 2010: 67ff).

Die Unterhaltungspublizistik hingegen ist als Mischform zu betrachten. Sie lässt sich am ehesten als Berichterstattung mit Unterhaltungscharakter beschreiben. Dadurch kann sie sowohl dem Journalismus als auch der Unterhaltung zugeordnet werden. Redaktionelle Beiträge über Prominenz, Kurioses und Verbrechen sind nur einige der thematischen Inhalte, die zur Unterhaltungspublizistik gerechnet werden (vgl.

Trebbe/ Schwotzer 2010: 69). Trebbe und Maurer sprechen in diesem Zusammenhang auch von „*Human Touch*“ (Trebbe/ Maurer 2007: 215)-Themen. Kennzeichnend für Human Touch-Themen ist, dass sie über geringere gesellschaftliche Relevanz verfügen als die Themengruppen der klassischen Information (vgl. Trebbe/ Maurer 2007: 216).

Generell unterscheidet man zwischen dem Vollprogramm, das sich durch vielfältige Inhalte auszeichnet, und dem Spartenprogramm (z.B. Informations-, Musik- oder Sportprogramme), das mit überwiegend gleichartigen Inhalten aufwartet (vgl. Schwotzer/ Weiß 2009: 24f). Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Österreich wird in seinem Programmauftrag dazu angehalten, ein Vollprogramm mit einem gleichberechtigten Nebeneinander von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport zu bieten (vgl. ORF-G §4 Abs. 2). Er ist also gesetzlich dazu verpflichtet, einen wesentlichen Teil seines Programms der Unterhaltung zu widmen. Allerdings gibt das ORF-Gesetz keine Auskunft darüber, was als Unterhaltung zu verstehen ist und wie der Unterhaltungsanteil am Vollprogramm gemessen werden kann. Trebbe und Maurer dazu:

„In juristischer Diktion handelt es sich hierbei um unbestimmte Rechtsbegriffe, die sich – wenn überhaupt – nur zum Teil einer empirischen Operationalisierung und Überprüfung unterziehen lassen.“ (Trebbe/ Maurer 2007: 212)

Vor diesem Hintergrund erscheinen die Ergebnisse der Programmforschung in einem neuen Licht. Sie werden im juristischen Zusammenhang meist anerkannt, wodurch das Verständnis von Unterhaltung als Medieninhalt an Bedeutung zunimmt. Es gilt im Hinblick auf die Beantwortung der zweiten Forschungsfrage, zu einem späteren Zeitpunkt nochmals näher auf diesen Umstand einzugehen.

Genres und Themen

Zur weiteren Klassifikation fiktionaler Texte werden – vor allem in der Rezeptionsforschung – sogenannte Genres verwendet. Gattungen, Formate und Genres übernehmen eine „*entscheidende komplexitätsreduzierende Rolle*“ (Hoffmann 2006: 11). Sie werden zur nachgelagerten Zusammenfassung von Daten und als Antwortkategorie bei Nutzungs- und Präferenzfragen eingesetzt (vgl. Hoffmann 2006: 11).

Während die Gattungen Fernsehangebote nach ihrer Form differenzieren, bezeichnen die Genres „*am Inhalt orientierte Untergruppen der Gattungen Film und Serie*“ (Gehrau 2001: 18). Durch diese tiefer gehende Klassifikation kann auf Gehalt und Struktur des Angebots hingewiesen werden. Gehrau unterstellt den Genres sogar den

„Charakter von Konventionen“ (Gehrau 2006: 30), an denen sich sowohl der Kommunikator bei der Produktion als auch der/die Rezipient/in beim Konsum orientieren.

Die Basisgenres fiktionaler Unterhaltung sind Komödie, Drama und Thriller. Fast 55% der Ankündigungen in Programmzeitschriften enthalten eines dieser drei Genres. Gehrau konstatiert, dass sie mit spezifischen Rezeptionsmustern einhergehen. Er erkennt Parallelen zwischen der Komödie und dem Phänomen Humor, dem Drama und der Trauer, dem Thriller und der Spannung (vgl. Gehrau 2006: 33ff).

Auf den vorangegangenen Seiten wurden Ansätze präsentiert, die Unterhaltung stets als Produkt bzw. Medieninhalt erfassen. Es liegt in der Natur eines Produkts, dass es vor dem Konsum angefertigt werden muss. So wird in einem nächsten Kapitel das Feld der Unterhaltungsproduktion kurz beleuchtet.

2.1.3) Unterhaltungsproduktion

Betrachtet man Unterhaltung als Teil oder Form von Kommunikation, dann können der Kommunikator und der Produktionsprozess nicht außer Acht gelassen werden. Obwohl Unterhaltung selbst aus angebotsorientierter Perspektive eher dem Medieninhalt, also der Botschaft zuzuordnen ist, entsteht sie unter sehr speziellen Bedingungen, die im Folgenden näher betrachtet werden.

Die Unterhaltungsindustrie gehört zu den erfolgreichsten Branchen weltweit. Seit Mitte des 20. Jahrhunderts besteht nach Postman die Tendenz, einfach alles unterhaltend zu gestalten (vgl. Postman 1988: 11). Egal, ob im Schulunterricht oder beim Sprechen der Nachrichten, unterhaltende Elemente sind allgegenwärtig. Wolf formuliert dies so:

„Entertainment pervades the economic landscape and, in so doing, is reshaping every business that it touches.“ (Wolf 1999: 51)

Der Unterhaltung wird eine besondere Wirkung attestiert: Sie soll den Rezipient/innen dabei helfen, sich die Inhalte leichter zu merken. Postman zieht daraus den Schluss, dass sich die Menschen heute zu Tode amüsieren (vgl. Postman 1988: 11ff).

Einer der Gründe für den immensen Erfolg der Unterhaltungsindustrie liegt sicherlich in der ökonomischen Ausrichtung der Branche. Die Unterhaltungsproduktion folgt den Gesetzen des Kapitalismus: Was kein Geld einspielt, wird nicht produziert.

Im Mediensektor steht dieser Faktor in engem Zusammenhang mit der Trennung in gebührenfinanzierte öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und werbefinanzierte private Sender. Während die öffentlich-rechtlichen Unternehmen über eine gesicherte

Einnahmequelle verfügen, kämpfen die Privaten um jeden Werbekontakt. Sie sind angewiesen auf Inhalte, die ein breites Publikum ansprechen und möglichst viele Rezipienten zum Medienkonsum bewegen. Sie brauchen Unterhaltung.

Als das Unterhaltungsmedium schlechthin gilt das Fernsehen. Trebbe und Schwotzer bezeichnen es trefflich als „*prioritäres Unterhaltungsmedium*“ (Trebbe/ Schwotzer 2010: 78). Es bietet seinem Publikum rund um die Uhr Programm. Während im Bereich der fiktionalen Unterhaltung die staatlichen und privaten Sender mittlerweile gleichermaßen um die Zuschauergunst kämpfen, gilt die nonfiktionale Unterhaltung nach wie vor als Domäne der Privaten (vgl. Trebbe/Schwotzer 2010: 71f). Es gilt, diese Entwicklung auch im Hinblick auf die Produktionsbedingungen zu berücksichtigen.

Grob unterscheidet man drei Formen der Produktion: die Eigenproduktion, den Lizenzerwerb sowie den Produkt- bzw. Formatkauf. Bei Eigenproduktion und Lizenzerwerb werden die Inhalte im Auftrag der Sender meist lokal produziert. Dies betrifft überwiegend Formate der Unterhaltungspublizistik und nonfiktionale Sendungen (vgl. Trebbe/Schwotzer 2010: 76). Farda betont in diesem Zusammenhang die Bedeutung der kulturellen Nähe für den Sendeerfolg solcher Formate (vgl. Farda 2004: 189). Daher lassen sie sich nur sehr schwer in anderen Ländern produzieren (vgl. Trebbe/Schwotzer 2010: 76). Dies trifft jedoch nicht auf die fiktionalen Formate zu.

Auf der Liste der Global Players im Handel mit fiktionalen Formaten stehen allen voran die USA, gefolgt von Großbritannien und einer Reihe kleinerer Exporteure, wie Frankreich, Kanada, Australien und Deutschland.

„Tatsache bleibt aber, dass die US-amerikanische Programmindustrie den Hauptanteil des Fernsehcontents produziert [...] und das Feld nicht nur anführt, sondern noch immer zu ihm einen weiten Abstand hält.“ (Farda 2004: 202)

Diese Form der Konzentration ist nach Altmeyden et. al. eine von vielen Eigenschaften, welche die Unterhaltungsproduktion kennzeichnen. Sie sprechen in diesem Zusammenhang auch von der „*Zentralisierung der Produktionsstätten*“ (Altmeyden et. al 2010: 23).

Eine weitere Eigenschaft sehen Altmeyden et. al. in der Produktion über Projektnetzwerke. Im Gegensatz zur Nachrichtenproduktion sind die Akteure der Unterhaltungsindustrie keine Journalisten, sondern Angehörige unterschiedlichster Berufsgruppen, wie z.B. Produzenten, Regisseure, Techniker, Medienmanager. Sie schließen sich temporär zu Netzwerken zusammen, um einen projektgebundenen Medieninhalt zu produzieren. Übergreifend werden sie häufig als Medienschaffende

bezeichnet, obwohl davon auszugehen ist, dass das Selbstverständnis dieser Personen keineswegs einheitlich ist (vgl. Altmeppen et. al. 2010: 24).

Ist das Produkt fertiggestellt, löst sich das Netzwerk auf. Die Organisation ist demnach nicht von dauerhaftem Bestand. Aufgrund der Unsicherheit und dem relativ großen Risiko, das die Unterhaltungsproduktion prägt, werden diese flexiblen Organisationsstrukturen beibehalten. Altmeppen und Quandt skizzieren dieses Risiko wie folgt:

„Der Erfolg neuer Fernsehformate ist mittelfristig nicht prognostizierbar. Hier gibt es ebenfalls Erfahrungswerte und bestimmte Produktionsregeln, die Erfolge wahrscheinlicher machen – doch die vielzitierten >Flops< machen deutlich, dass hier ein hohes Risiko besteht.“ (Altmeppen/Quandt 2004: 172)

Steininger konstatiert, dass die Gründe für diese Unsicherheit vielfältig sind. Dabei unterscheidet er weder zwischen fiktionalen und nonfiktionalen Formaten noch zwischen Eigen- und Fremdproduktionen. Er konzentriert sich auf die Perspektive des Produzenten und betont, dass sich der wirtschaftliche Wert des Medienprodukts allein durch die Nachfrage generiert. Dadurch bleibt ungewiss, ob sich das Produkt jemals refinanziert. Der oftmals kurze Lebenszyklus von Medienprodukten wirkt zusätzlich destabilisierend. Dies ist insofern schwierig, da die Medienproduktion mit hohen Fixkosten verbunden ist (vgl. Steininger 2004: 69). Kleinsteuber veranschaulicht dieses Risiko an einem Beispiel:

„Die Networks zeigen zur Einführung einer neuen Serie üblicherweise sechs Folgen (bei wöchentlichem Angebot); wenn sich die Zuschauerresonanz als unzureichend erweist, wird ersatzlos und mit großen Verlusten für den Produzenten die Ausstrahlung beendet.“ (Kleinstein 1994: 379)

Als weiteren Unsicherheitsfaktor sieht Steininger den Innovationsdruck, unter dem die Produzenten stehen. Dieser bezieht sich darauf, dass publikumsstarke Formate stets etwas Neues beinhalten müssen. Dies steht im Widerspruch zum Faktum, dass Formate häufig nur kopiert werden und trotzdem weltweiten Ruhm erlangen. Aus diesem Dilemma formuliert Dorsch-Jungsberger die These der Daueraktualität, die im Folgenden kurz erläutert wird.

These der Daueraktualität nach Petra Dorsch-Jungsberger

Dorsch-Jungsberger bemerkt, dass ein großer Teil des Unterhaltungsangebots aus einem immer wiederkehrenden Stoff besteht. Die Sinngelände sind häufig von

Dualitäten gekennzeichnet, wie z.B. gut und böse, schön und hässlich oder reich und arm. Sie sind kulturunabhängig und lassen sich weltweit erfolgreich verkaufen.

„[...] Im Gegensatz zu den Angeboten, die rein Information und Bildung der Zuschauer und Leser zum Ziel haben, wird hier das große Geld verdient.“ (Dorsch-Jungsberger 1994: 348)

Daraus folgt, dass sich das Publikum unermüdlich sehr ähnlichen Medieninhalten zuwendet bzw. die Sinngelände von einer Daueraktualität gekennzeichnet sind. Unter Rückgriff auf Edmund Husserl und Alfred Schütz kommt sie zu der Folgerung, dass dieses Konsumverhalten auf zwei Arten von menschlichem Wissen zurückzuführen ist: das Grundwissen und das Gewohnheitswissen (vgl. Dorsch-Jungsberger 1994: 349ff).

Das Grundwissen beruht nicht auf Erfahrung, sondern ist ein intuitives Wissen über die Vergänglichkeit des Menschen. Es beinhaltet das ganze Gefühlsspektrum, das jedoch in der Wirklichkeit der aufgeklärten Gesellschaft nur noch eingeschränkt ausgelebt werden kann. Das Gewohnheitswissen hingegen beruht auf individuellen und intersubjektiven Erfahrungen. Es ermöglicht dem Individuum, sich neue Fertigkeiten und Gebrauchsweisen anzueignen (vgl. Dorsch-Jungsberger 1994: 352f). Der Reiz des Konsums von immer Gleichem liegt in der Begegnung mit diesen Wissensformen und den damit verbundenen Gefühlserlebnissen (vgl. Dorsch-Jungsberger 1994: 349ff). Das menschliche Tun ist jedoch dem Gesetz der Gewöhnung unterworfen, weshalb das bekannte Wissen mit *„geringen Dosen von ‚A-Typischem‘ durchsetzt“* (Dorsch-Jungsberger 1994: 354) werden muss. Das A-Typische selbst darf jedoch nicht typisch werden, ansonsten verflacht das Interesse daran (vgl. Dorsch-Jungsberger 1994: 353f).

Der Innovationszwang des Produzenten, den Steininger – wie zuvor erwähnt – als Produktionsrisiko einstuft, besteht demnach in der Konstruktion des A-Typischen. Aus diesem Grund bezeichnet Dorsch-Jungsberger den Kommunikator sogar als *„Bestimmungsfaktor“* (Dorsch-Jungsberger 1994: 348) für Unterhaltung. Er versucht, das Unterhaltungsprodukt derart zu gestalten, dass es möglichst viele Rezipienten anspricht.

Die Unterhaltungsproduktion unterscheidet sich grundlegend von der Informationsproduktion. Auf diese Differenzierung wurde im Rahmen der Auseinandersetzung mit dem Kommunikator kurz hingewiesen. Sie reicht jedoch viel weiter, als die bisherigen Ausführungen zeigen konnten. Unterhaltung und Information werden häufig als gegensätzliche Phänomene beschrieben. Ist dieser generelle Ansatz heute noch vertretbar?

2.1.4) Exkurs: Unterhaltung versus Information

Das dichotome Verhältnis von Unterhaltung und Information gründet auf einer Tradition, die bis zur Aufklärung zurückreicht (vgl. Lünenborg 2007: 68). Die Auffassung, dass der Staatsbürger durch Information am gesellschaftlichen Leben teilhaben kann und durch Unterhaltung lediglich vor der Wirklichkeit flieht, gelangt in einigen Ansätzen heute noch zum Ausdruck (z.B. Eskapismustheorie). Während der Aufklärung war für die bürgerlichen Eliten *„Information das Maß aller Dinge“* (Mikos 2010: 82). Unterhaltung hingegen wurde pejorativ als einfache Massenbeschäftigung bewertet, die sich dem rationalen Diskurs entzieht. Diese Polarisierung hat über Jahrzehnte hinweg die öffentliche Diskussion geprägt und zu einer strikten Trennung von Information und Unterhaltung geführt. Der Information wurden dabei Attribute attestiert, wie seriös, objektiv, sachlich und authentisch. Unterhaltung hingegen galt als unseriös, subjektiv, emotional und fiktional (vgl. Mikos 2010: 82). Bosshart schildert die Folgen dieser Trennung sehr trefflich:

„Die Gesellschaft distanzierte sich von der anrühigen, unmoralischen, anspruchslosen, minderwertigen und verlockenden Unterhaltung. Sie wurde bewusst ausgegrenzt.“
(Bosshart 2007: 19)

Diese Ausgrenzung spiegelt sich heute sowohl in den Organisationsstrukturen auf der Produktionsseite wider (z.B. Redaktionen versus Projektnetzwerke, öffentlich-rechtlicher versus privater Rundfunk), als auch in den Produkten selbst (vgl. Lünenborg 2007: 68).

Auch in der Wissenschaft wurde das Phänomen Unterhaltung als Untersuchungsobjekt lange Zeit ignoriert. Bosshart betont, dass sich die deutschsprachige Medien- und Kommunikationswissenschaft dem Thema erst in den 80er-Jahren des letzten Jahrhunderts angenommen hat (vgl. Bosshart 2007: 19). Daraus entwickelte sich jedoch eine eigene Disziplin, die Unterhaltungsforschung.

In der Unterhaltungsforschung hat sich mittlerweile die Erkenntnis durchgesetzt, dass eine strikte Trennung von Information und Unterhaltung nicht länger haltbar ist und beide Phänomene als gleichwertig zu betrachten sind (vgl. Bosshart 2007: 19f). In ihrer Studie über rezipientenorientierte Zugänge zum Phänomen Unterhaltung stellt Dehm fest, dass der Gegensatz von Unterhaltung nicht Information ist:

„Und als Gegensatz zu Sendungen, bei denen man sich unterhält, sind nicht „Informationssendungen“ anzusehen, sondern Sendungen, die nicht unterhalten.“ (Dehm 1984: 223)

Information kann sogar als Bestandteil von Sendungen mit unterhaltendem Charakter unterhaltend wirken. Daher schreibt Dehm der Funktion Information/Umweltorientierung eine sekundär bedeutsame Rolle zu (vgl. Dehm 1984: 223). Früh und Wünsch schließen sich mit der Triadisch-Dynamischen Unterhaltungstheorie dieser Argumentation an. Situation, Stimulus und Person müssen harmonisieren, damit Unterhaltung als Makroemotion entstehen kann:

„[...] Unterhaltung kann sich prinzipiell überall, zu jeder Zeit, bei allen Personen und jedem Stimulus, nicht nur bei sog. „Unterhaltungssendungen“, zeigen.“ (Früh/ Wünsch 2007: 40)

Demnach können selbst klassische Informationssendungen unterhaltend wirken, wenn Person und Situation mit diesem Stimulus in Einklang stehen. Bosshart nennt eine Reihe weiterer Autoren, die sich gegen die Dichotomie von Unterhaltung und Information aussprechen: Leo Bogart, Elisabeth Klaus und Jürgen Wilke sind nur einige der Namen, die sich darunter befinden (vgl. Bosshart 2007: 20f).

Die Auflösung der polaren Positionierung wird aber nicht nur in den rezeptionsorientierten Ansätzen festgehalten. Auch aus angebotsorientierter Perspektive sind Phänomene zu beobachten, die eine eindeutige Zuordnung nicht mehr zulassen. Was bei Trebbe und Schwotzer als Unterhaltungspublizistik bezeichnet wird, hat vielerorts als Infotainment Bekanntheit erlangt. Lünenborg bekräftigt, dass die Unterscheidung in Fakt und Fiktion nicht mehr haltbar ist, und konstatiert, dass Unterhaltung eine zentrale Funktion von Journalismus ist. Dabei unterstreicht sie die Bedeutung der Narration als journalistische Erzählform, durch die Ereignisse inszeniert und so Deutungsmuster sozialer Wirklichkeit geboten werden. Diese Entwicklung hat in den vergangenen Jahren an Dynamik gewonnen und führt unweigerlich zur Entwicklung neuer Formate, die sie schlichtweg als Mischformen bezeichnet (vgl. Lünenborg 2004: 109ff).

Die Verschmelzung von unterhaltenden und informierenden Elementen zu neuen Formaten ist vor allem im Hinblick auf das Fernsehen feststellbar. In den Programmstrukturanalysen der ALM werden derartige Elemente einer Art Zwischensegment zugeordnet. Sie gelten weder als Unterhaltung noch als Information (vgl. Trebbe/Maurer 2007: 228).

Bosshart erkennt die Reichweite dieses Problems und plädiert dafür, die dichotome Beziehung durch eine symbiotische zu ersetzen.

„Information und Unterhaltung bilden in der Produktion, im Produkt [...] und in der Rezeption eine symbiotische Einheit. Ihre Anteile variieren. Sie variieren genau so wie die Anteile von Realität und Fiktion, von Kognition und Emotion, von Ernst

und Schmerz [...], von Distanz und Nähe sowie von Sicherheit und Risiko.“ (Bosshart 2007: 26)

Die Konsequenzen dieses Wandels für die Produktionscharakteristika beider Phänomene werden sich in den kommenden Jahren weisen. Aus der rezeptionsorientierten Perspektive werden sie vermutlich nicht allzu gravierend ausfallen, da das Publikum die Dichotomie von Information und Unterhaltung nie in dem Ausmaß empfunden hat, wie es von den Medienschaffenden impliziert wurde.

2.2) Rezeptionsorientierte Ansätze

Bei den bisher vorgestellten angebotsorientierten Ansätzen lag der Fokus des Interesses auf der Mitteilungshandlung bzw. dem Kommunikator, dem Inhalt und dem Medium. Bei den rezeptionsorientierten Ansätzen steht, wie der Name bereits verrät, die Rezeptionshandlung im Vordergrund. Die konstituierenden Elemente sind der/die Rezipient/in, der Inhalt, das Medium und die Interaktion zwischen diesen Größen.

Eine Rezeption ist nach Gehrau ein Prozess, der sich auf Mikroebene in drei Phasen teilt: die Zuwendungsphase, die Interaktionsphase und die Aneignungsphase. Gemeinsam kennzeichnen sie den Handlungsverlauf einer Rezeption, die Grenzen verlaufen jedoch diffus. Die Zuwendungsphase ist jener Abschnitt, welcher der Interaktion zwischen Rezipient und Inhalt direkt vorgelagert ist (vgl. Gehrau 2002: 33f). So schreibt Gehrau:

„Unter der Zuwendungsphase werden all diejenigen sozial-kulturellen und situativen Gegebenheiten sowie die individuellen Kognitionen, Emotionen, Motivationen und Handlungen subsumiert, die der Nutzer-Angebot-Interaktion (unmittelbar) vorausgehen.“ (Gehrau 2002: 34)

In der klassischen Kommunikationswissenschaft wird diese Phase auch als Selektions- bzw. Motivationsphase bezeichnet. Dabei findet der Begriff Selektion überwiegend auf die Auswahl informierender Botschaften Anwendung, der Begriff Motivation hingegen auf die Auswahl unterhaltender Angebote (vgl. Gehrau 2002: 35).

Während der zweiten Phase, der sogenannten Interaktionsphase, findet die „*direkte Nutzer-Angebot-Interaktion*“ (Gehrau 2002: 36) statt. Hier spielen vor allem psychologische Phänomene, wie Emotionen und Kognitionen, eine tragende Rolle. Die dritte Phase hingegen, die Aneignungsphase, stellt den Abschnitt kurz nach der direkten Interaktion dar. Sie beinhaltet die unmittelbaren Reaktionen, die Gehrau

auch als kurzfristige Medienwirkungen bezeichnet. Langfristige Medienwirkungen werden nur dann zu dieser Phase gezählt, wenn sie in nachweislichem Zusammenhang mit der Interaktion stehen (vgl. Gehrau 2002: 36ff).

Betrachtet man den Rezeptionsprozess aus einer Makroperspektive, so kann man weiters verschiedene Rezeptionsmodi erkennen. Das sind Muster, die im Rahmen vorangegangener Interaktionen erlernt und als zweckdienlich empfunden wurden. Neben der parasozialen Interaktion zählt Gehrau auch die instrumentelle bzw. habitualisierte sowie die involvierte bzw. distanzierte Mediennutzung zu diesen Mustern (vgl. Gehrau 2002: 40).

Versucht man nun, die schiere Anzahl der rezeptionsorientierten Ansätze zum Thema Unterhaltung einer der drei Phasen oder den Rezeptionsmodi zuzuordnen, so wird dieses Vorhaben von wenig Erfolg gekrönt. Die meisten Ansätze haben einen übergreifenden Schwerpunkt, der den einzelnen Phasen nicht eindeutig zugeordnet werden kann. Weiters gibt es keine klare Grenzziehung zwischen den Rezeptionsphasen. So findet bspw. während der direkten Interaktion auch ein immerwährender Prozess der Selektion und Evaluation statt (vgl. Gehrau 2002: 34). Demnach scheint es nicht sinnvoll, eine derartige Systematisierung weiter zu verfolgen.

Gehrau bietet eine Alternative, indem er die theoretischen Ansätze zu drei Familien zusammenführt: die kommunikationswissenschaftlichen, die interpretierenden und die psychologischen Ansätze (vgl. Gehrau 2002: 18). Diese Aufteilung scheint auf den ersten Blick schlüssig. Bei näherer Betrachtung stellt man jedoch schnell fest, dass eine inkonsistente Gliederung nach Fachbereichen aufgrund der interdisziplinären Ausrichtung der meisten Ansätze sehr schwierig ist.

Gleich und Vogel bedienen sich einer Kategorisierung nach inhaltlichem Schwerpunkt. Sie unterscheiden anthropologische, motivationale, emotionstheoretische und integrative Unterhaltungsansätze (vgl. Gleich/Vogel 2007: 408ff). In der Fachliteratur ist diese Art der Systematisierung in leicht adaptierter Form häufig anzutreffen (z.B. Bosshart 1979, Wunsch 2002). Aufgrund der inhaltlichen Ausrichtung kann diese Gliederung derart interpretiert werden, dass die verschiedenen Kategorien jeweils einen Aspekt von Unterhaltung beleuchten (z.B. Bosshart 1979). Sie schließen sich nicht gegenseitig aus, was bei einem solchermaßen komplexen Phänomen wie Unterhaltung sicherlich zielführend ist. Aus dem Grund soll sie auch im Rahmen dieser Arbeit zur Anwendung gelangen.

2.2.1) Anthropologische Ansätze

Die anthropologischen Ansätze beschäftigen sich mit dem menschlichen Wesen und seinen konstituierenden Merkmalen. Unterhaltung wird dabei als ein inhärentes Phänomen betrachtet, das tief im menschlichen Wesen wurzelt. So schreibt Bosshart:

„Es besteht kein Zweifel darüber, dass die Wurzeln des Phänomens ‚Unterhaltung‘ direkt in das menschliche Wesen reichen. Das Studium der Unterhaltung gehört daher zu den Grundstudien des menschlichen Lebens überhaupt.“ (Bosshart 1979: 21)

Stellvertretend für die Fülle der Ansätze, die sich dem Phänomen Unterhaltung aus dieser Perspektive nähern, sollen drei Ansätze vorgestellt werden: Bossharts Vergleich mit Märchen und Mythen, der auch als Tronc Commun-Ansatz Eingang in die Lehrbücher gefunden hat, die spieltheoretischen Überlegungen von Huizinga, Caillois und Stephensons sowie Zillmanns Thesen zur Verbindung von Unterhaltung und Freizeit.

Märchen, Mythen und Unterhaltung

In seinem Werk „Dynamik der Fernseh-Unterhaltung“ (1979) konstatiert Bosshart, dass es im Wesen des Menschen liegt, seinen Gedanken und Problemen Ausdruck zu verleihen. Der Stoff, aus dem in früheren Epochen Träume, Märchen und Mythen gesponnen wurden, ist heute Gegenstand verschiedenster Unterhaltungsprodukte. Dabei sind es nicht nur Themenkomplexe, wie z.B. Liebe, Gewalt und Sicherheit, die sich in den aktuellen Darbietungen wiederfinden, sondern auch die typischen Charaktereigenschaften der Helden. Sie führen dasselbe isolierte Leben, ohne Frau und Kinder und ohne Freundschaften (vgl. Bosshart 1979: 21ff).

Neben der Liste der inhaltlichen Ähnlichkeiten, die sich nach Bosshart beliebig fortführen ließe, erfüllen Märchen, Mythen und Unterhaltung auch vielfach dieselben Funktionen:

„Sie geben (a) den innersten Wünschen und Hoffnungen der Menschen Ausdruck, beleben die spielerische Phantasie, (b) mindern Ängste und Zwänge, indem sie den Individuen beim Erlangen des persönlichen Selbstverständnisses behilflich sind und vermehrte Klarheit in die Strukturierung der Umwelt bringen, und letztlich dienen sie (c) der sozialen Integration wie auch der sozialen Kontrolle.“ (Bosshart 1979: 30)

Die innersten Wünsche und Hoffnungen werden nach Bosshart durch einen „*unbewußten (sic!) Bereich der menschlichen Psyche*“ (Bosshart 1979: 30) provoziert

und von der modernen Unterhaltung ebenso aufgegriffen wie von den Märchen und Mythen (vgl. Bosshart 1979: 30f).

Die Minderung von Ängsten und Zwängen durch die Vermittlung klarer Strukturen ist in den kommunikationswissenschaftlichen Diskurs auch als soziale Orientierungsfunktion eingegangen. Je differenzierter ein Gesellschaftssystem, desto wichtiger wird diese Funktion für das Individuum (vgl. Burkart 1998: 375). Das Bedürfnis nach Orientierung war bereits zur Zeit der Märchen und Mythen vorhanden. Auch heute gilt die Orientierungsfunktion als konstituierender Bestandteil moderner Unterhaltung.

Hinsichtlich der Integrationsfunktion betont Bosshart, dass Märchen, Mythen und Unterhaltung sozial wertvolle Gefühle fördern und Informationen über richtiges Verhalten in der Gesellschaft verbreiten. Auch die Tatsache, dass sich eine inhomogene Menge von Menschen denselben Stimuli widmet, wirkt nach Bosshart integrativ (vgl. Bosshart 1979: 32f).

Auf Basis aller dieser Parallelen gelangt Bosshart zu dem Schluss, dass Märchen, Mythen und moderne Unterhaltung aus einem „*tronc commun*“ (Bosshart 1979: 28) – einer gemeinsamen Quelle – gespeist werden, die den Strukturen der menschlichen Psyche entspringt. In der Folge betrachtet er die drei Größen aus der Makroperspektive und definiert Unterhaltung als „*Beschäftigung der Gesellschaft mit sich selbst*“ (Bosshart 1979: 37).

Zu einem späteren Zeitpunkt greift Bosshart seine anthropologische These noch einmal auf und versucht, sie zu einer integrativen Unterhaltungstheorie zu verdichten. Dabei bleibt er der These vom *tronc commun* treu und vertritt das Grundverständnis, dass der Begriff Unterhaltung aus Kommunikatorperspektive „*individuelle sowie kollektive Selbstdarstellung*“ (Bosshart 1994: 28) und aus Rezipientenperspektive „*animierte Selbsterfahrung*“ (Bosshart 1994: 28) bezeichnet. Aufgrund der Komplexität des Individuums ist sowohl die Selbstdarstellung als auch die Selbsterfahrung auf vielfältige Art und Weise möglich. In dieser Vielfalt erkennt er den integrativen Charakter seiner These. Um diesen herausarbeiten zu können, sieht er sich gezwungen, das Humansystem in drei Teilsysteme zu gliedern: das physische, das psychische und das soziale System. Das Zusammenspiel der drei Teilsysteme, Bosshart nennt es auch das Ergebnis, spiegelt sich im Verhalten wider. Als Schnittmenge zwischen physischem und psychischem System definiert er Emotionen (vgl. Bosshart 1994: 29).

In einem nächsten Schritt prüft er die Kompatibilität verschiedener Ansätze mit seiner Gliederung. Er beginnt bei der Zuordnung von Genres, Themen und Assoziationen und gelangt über die Unterhaltungsfunktionen zu einer Zeit-Achse, auf der Unterhaltung als Opposition von Ernst und Spiel bzw. Traum und Wirklichkeit

positioniert wird. Der spielerische Part ist dabei im psychischen System angesiedelt, der ernste hingegen im sozialen. Ein ähnliches Bild zeichnet Bosshart bei der Verortung von Unterhaltung im Spannungsfeld von Arbeit und Freizeit. Er kommt jedoch zu dem Schluss, dass trotz der hohen hypothetischen Kompatibilität mit den konstruierten Teilsystemen sehr viele Grenzüberschreitungen zu erwarten sind.

„Es finden Funktionsverschränkungen statt (Stichwort: Infotainment), Realität und Fiktion vermengen sich (Stichwort: Dokudrama), die Unterscheidung von persönlicher, direkter Unterhaltung und medien-vermittelter Unterhaltung verschwimmt (Stichwort: Äquivalenzfunktion).“ (Bosshart 1994: 36)

Daher muss Unterhaltung als Mischgröße definiert werden, die in Abhängigkeit zum Aktivierungslevel des selbstregulierenden Humansystems entsteht. Das Ziel von Unterhaltung besteht demnach in der Aufrechterhaltung eines harmonischen Spannungszustandes innerhalb des Humansystems resp. zwischen den drei Teilsystemen (vgl. Bosshart 1994: 38ff).

Bosshart integriert mehrere Elemente in seinen Ansatz. Zum einen ist eine klare Anlehnung an die Systemtheorie zu erkennen. Die Gliederung des Humansystems in drei Subsysteme sowie die Definition von Unterhaltung als selbstreferenzielle Beschäftigung des Systems weisen eindeutig darauf hin. Zum anderen konzipiert er Unterhaltung als Kommunikation, indem er sowohl die Kommunikator- als auch die Rezipientenperspektive beleuchtet. Er betont, dass das Humansystem das Bedürfnis hat, sich selbst einerseits darzustellen, andererseits zu erfahren. Er geht jedoch nicht näher darauf ein, was während der Rezeption bzw. der Selbsterfahrung konkret passiert.

Auch Wünsch bemängelt Bossharts Ansatz und betont, dass er durch den *tronc commun* zwar eine Möglichkeit gefunden hat, das Phänomen der Valenztransformation zu erklären, den tatsächlichen Ablauf jedoch ausspart (vgl. Wünsch 2006: 31).

Unterhaltung als Spiel

Im Jahr 1933 hielt der Rektor der Universität Leiden, Jan Huizinga, einen Vortrag zum Thema „Die Grenzen von Spiel und Ernst in der Kultur“ (vgl. Huizinga 1939: XVIff). Fünf Jahre später griff er diesen Gegenstand noch einmal auf und verdichtete seine Thesen zu einem Werk namens „Homo Ludens“. Die Definition des Spiels aus Huizingas *Homo Ludens* ist in der kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Spieltheorie die wohl meistzitierte Begriffsbestimmung. So soll sie auch in diesem Rahmen nicht ausgespart werden.

Anfang des 19. Jahrhunderts wird die Benennung der menschlichen Art als Homo sapiens zunehmend infrage gestellt. Geprägt von der Erkenntnis, dass die Vernunft nicht zwingend kennzeichnend für das menschliche Wesen ist, begibt sich Huizinga auf die Suche nach einer passenden Alternative. Den Ausdruck Homo faber betrachtet er dabei mit Skepsis, da auch manch ein Tier über schaffenden Charakter verfügt. Er gelangt zu dem Schluss, dass die Bezeichnung Homo Ludens, der spielende Mensch, einen Platz in der Anachronie der Bestimmungen des menschlichen Wesens verdient hat. Denn das Spiel charakterisiert bedeutende kulturelle Elemente, wie die Kunst, die Philosophie und die Poesie sowie die Rechtsinstitutionen und verschiedene Aspekte des Krieges (vgl. Huizinga 1939: XVff; Caillois 1982: 9f). Den Kern des Spiels definiert Huizinga dabei folgendermaßen:

„Der Form nach betrachtet kann man das Spiel also zusammenfassend eine freie Handlung nennen, die als „nicht so gemeint“ und außerhalb des gewöhnlichen Lebens stehend empfunden wird und trotzdem den Spieler völlig in Beschlag nehmen kann, an die kein materielles Interesse geknüpft ist und mit der kein Nutzen erworben wird, die sich innerhalb einer eigens bestimmten Zeit und eines eigens bestimmten Raums vollzieht, die nach bestimmten Regeln ordnungsgemäß verläuft und Gemeinschaftsverbände ins Leben ruft, die ihrerseits sich gern mit einem Geheimnis umgeben oder durch Verkleidung als anders als die gewöhnliche Welt herausheben.“ (Huizinga 1939: 21f)

Das Spiel ist demnach eine Handlung, die sich von der Realität des Alltags abhebt. Sie beansprucht einen gesonderten zeitlichen Abschnitt und einen eigenen Raum, wie z.B. die Arena, das Spielbrett oder die Filmleinwand. In derartigen Räumen gelten spezielle Regeln, die unbedingt befolgt werden müssen. Sie konstituieren eine Ordnung, deren Zerrüttung das Spiel verdirbt (vgl. Huizinga 1939: 6ff).

Von zentraler Bedeutung ist, dass die Spielhandlung aus freien Stücken gesetzt wird. Sie ist eine Betätigung zur Erholung und findet in der Freizeit statt. In Kombination mit dem intrinsischen Charakter bereitet sie dadurch Vergnügen (vgl. Huizinga 1939: 12ff).

Weitere Elemente des Spiels sind *„Spannung, Gleichgewicht, Auswägen, Ablösung, Kontrast, Variation, Bindung und Lösung, Auflösung“* (Huizinga 1939: 17). Das Spiel zieht den Spielenden in seinen Bann, *„es bezaubert“* ihn (Huizinga 1939: 17).

Huizinga unterscheidet zwei Formen des Spiels: Es ist entweder *„ein Kampf um etwas oder eine Darstellung von etwas“* (Huizinga 1939: 22). Caillois kritisiert diese Klassifizierung bzw. impliziert, dass sie als solche nicht gewertet werden kann:

„Doch wiewohl es ihm gelang, das Spiel auch dort zu entdecken, wo man zuvor nichts von dessen Anwesenheit und Einfluß (sic!) zu erkennen vermocht hatte, ließ er alsdann jedwede Beschreibung und Einteilung der Spiele völlig außer acht, ganz als ob sie alle den gleichen Bedürfnissen entsprächen oder als ob sie unterschiedslos die gleiche psychische Haltung zum Ausdruck brächten.“ (Caillois 1982: 9)

Caillois entwirft ein eigenes Begriffsbild, das aus sechs konstituierenden Merkmalen besteht. Ähnlich wie Huizinga definiert er das Spiel als 1) freie Betätigung, die 2) zeitlich und räumlich abgetrennt vollzogen wird. Weiters betont er, dass Ablauf und Ergebnis des Spiels von vornherein nicht feststehen, weshalb es über 3) ungewissen Charakter verfügt. Ein weiteres bestimmendes Element sieht Caillois 4) in der Unproduktivität des Spiels. So kann in dessen Rahmen nichts Neues geschaffen werden. Allerdings können Güter oder Reichtum den Besitzer wechseln. Dies vollzieht sich in einem 5) geregelten Umfeld, denn jedes Spiel verfügt über eigene Gesetze (vgl. Caillois 1982: 16). Schließlich konstatiert Caillois, dass das Spiel eine 6) fiktive Betätigung ist, die „von einem spezifischen Bewusstsein einer zweiten Wirklichkeit (...) begleitet wird“ (Caillois 1982: 16).

In einem nächsten Schritt nimmt Caillois eine Einteilung der verschiedenen Spielarten vor. Dabei geht er von vier Hauptrubriken aus: Agôn, Alea, Mimicry und Ilinx. Agôn kennzeichnet den Wettstreit im Spiel, Alea den Zufall, Mimicry die Maskierung und Ilinx den Rausch. Jede der vier Rubriken lässt sich zwischen zwei entgegengesetzten Polen verorten, die Caillois als paidia und ludus bezeichnet. Paidia ist der Pol des Vergnügens, der unbekümmerten Lebensfreude und Fantasie. Ludus hingegen markiert den Pol der willkürlichen und hemmenden Unterwerfung. Der Weg zum ersehnten Resultat ist mit Hindernissen gepflastert und fordert dem Spieler Geduld, Geschicklichkeit und Erfindungsgabe ab (vgl. Caillois 1982: 20; siehe Abb. 1).

Abb. 1 Kategorisierung des Spiels nach Caillois

	Agôn (Wettkampf)	Alea (Chance)	Mimicry (Verkleidung)	Ilinx (Rausch)
Paidia Lärm Bewegung Unbändiges Gelächter	Nichtgeregelter Wettlauf, Kampf, usw. Athletik	Auszählspiele „Zahl od. Adler“	Kindliche Nachahmung Illusionsspiele Puppe, Rüstung Maske Travestie	Kindliche Drehspiele Zirkus Schaukel Walzer
Drachen Grillenspiel Patienzen	Boxen, Billard, Fechten, Dame, Fußball, Schach	Wette Roulette	Theater	„volador“ Jahrmarkts- attraktionen
Kreuzwort- rätsel Ludus	Sportwettkämpfe im allgemeinen	Lotterie (einfach, zusammenge- setzt od. auf Buchung)	Schaukünste im allgemeinen	Ski Alpinismus Kunstsprünge

(Quelle: Caillois 1982: 46)

Ein Straßen-Wettrennen unter Kindern verbindet demnach Agôn mit Paidia, da es sich um einen Wettkampf mit losem Regelwerk handelt. Eine Fußball-Weltmeisterschaft oder Olympiade hingegen verbindet Agôn mit Ludus. Beim einfachen Münzwerfen, das Caillois traditionell als „Zahl oder Adler“ (vgl. Abb. 1) kennt, stehen Alea und Paidia in enger Verbindung, da es sich um eine einfache Tätigkeit handelt, deren Ergebnis dem Zufall überlassen bleibt. Geht man ins Theater, so begibt man sich in ein Spiel aus einer Mischung von Mimicry und Ludus. Im Zirkus hingegen gibt man sich einer Variation aus Ilinx und Paidia hin, einer berausenden Vorstellung.

Sowohl die Ausführungen von Huizinga als auch jene von Caillois lassen eine enge Verbindung zu Unterhaltung erkennen. Huizingas Spielelemente sind teilweise ident mit den Dehm'schen Unterhaltungselementen: Spannung und Entspannung kennzeichnen demnach sowohl das Spiel als auch Unterhaltung. Dasselbe gilt für Abwechslung bzw. Variation und Kontrast (vgl. Huizinga 1939:17; Dehm 1984: 131ff). Weiters werden beide Phänomene – wenn auch nicht ausschließlich – zur Erholung genutzt.

Im Gegensatz zu Huizinga findet der Begriff der Unterhaltung bei Caillois direkte Anwendung. Er betont, dass das Spiel einem allgemeinen Unterhaltungsbedürfnis entspringt (vgl. Caillois 1982: 36). Hallenberger und Foltin erkennen weitere Parallelen zwischen dem Phänomen Unterhaltung und Huizingas bzw. Caillois Spielbegriff:

„Beides hat seinen Platz in der Freizeit, findet in – relativer – Distanz zu den Problemen des alltäglichen (Berufs-)Lebens statt, ist in der Regel nicht von der Erwartung eines materiellen Gewinns abhängig, bedingt die Hoffnung auf positive Gratifikationen, die aber – zumindest in ihrer konkreten Ausprägung – nicht sicher ist, woraus Spannung erwächst.“
(Hallenberger/Foltin 1990: 33)

Unterhaltung kann man weiters nicht erzwingen und ähnlich wie beim Spiel findet sie in einem abgegrenzten Raum und zeitlich beschränkt statt.

Stephenson gilt als erster Kommunikationswissenschaftler, der den Spielbegriff mit der Rezeption massenmedialer Inhalte und demnach auch mit Unterhaltung in Verbindung setzt. Auf Huizingas Thesen aufbauend, gelangt er zu einem medienorientierten Theorieentwurf, den er „*Play Theory of Mass Communication*“ (Stephenson 1967: 190) nennt.

Im Kern seiner Theorie steht das Selbstbild, das Ich (self) eines jeden Menschen. Aufgrund starker sozialer Einflüsse und Kontrolle weicht das Ich stets von seinem Ursprung ab. Es internalisiert das sozial Erwünschte und wird dadurch zu einer Art

Fassade. Durch eine spezielle Form von Kommunikation kann das Ich seinem ursprünglichen Selbst näherkommen, was als Vergnügen empfunden wird (vgl. Stephenson 1967: 193f).

Kommunikation ist ein konstituierender Bestandteil des Lebens. Stephenson unterscheidet zwei verschiedene Formen: Kommunikation, die der sozialen Kontrolle dient, und Kommunikation, welche die Möglichkeit zur konvergenten Selektivität bietet. Soziale Kontrolle bezieht sich dabei auf die Normen und Werte einer Gesellschaft, auf jene Kräfte, die das Handeln innerhalb des Gesellschaftssystems leiten. Konvergente Selektivität hingegen bezeichnet die Freiheit nach eigenem Gutdünken, im Sinne des eigenen Wohls handeln zu können (vgl. Stephenson 1967: 193ff). Kommunikation im Rahmen der sozialen Kontrolle, wie sie häufig in der Arbeitswelt stattfindet, ist gekennzeichnet von „*communication-pain*“ (Stephenson 1967: 194). Das bedeutet, dass es sich um mühevollen, anstrengenden Kommunikation handelt. Konvergente Selektivität hingegen – der Name weist bereits auf die Auswahl mit dem Ich konvergierender Elemente hin – verhilft zu intrinsisch-vergnügender Kommunikation, also zu „*communication-pleasure*“ (Stephenson 1967: 194).

Vor allem im Spiel findet sich die vergnügliche Form von Kommunikation wieder. Die Rezeption von massenmedialen Inhalten betrachtet Stephenson als eine Form von Spiel, da es sich im Gegensatz zur Arbeit um eine intrinsische, unproduktive und freie Aktivität handelt (vgl. Stephenson 1967: 59). So betont Stephenson:

„Our theory more generally therefore is to the effect that mass communication, where it concerns entertainment, is characteristically a matter of communication-pleasure. It brings no material gain and serves no 'work' functions, but does induce certain elements of self-enchantment.“ (Stephenson 1967: 59)

Im subjektiven Spiel mit den Massenmedien findet das Individuum also zu sich selbst. In dem streng reglementierten Umfeld, in dem sich der Mensch tagtäglich befindet, bereitet dies Freude und Vergnügen.

Stephensons Theorie basiert auf einer schier unendlichen Anzahl von Postulaten, denen er keine allgemeine Gültigkeit attestiert. Immer wieder betont er, dass sie nicht „*capable of precise definition*“ (Stephenson 1967: 192) sind und weder Hypothesen noch Theoreme aus ihnen abgeleitet werden können (vgl. Stephenson 191ff). Dennoch bezeichnet er die Summe seiner Ausführungen als „*Play Theory of Mass Communication*“ (Stephenson 1967: 190) – ein Widerspruch, den Hallenberger und Foltin stark kritisieren (vgl. Hallenberger/Foltin 1990: 33).

Abgesehen von starker Kritik, findet Stephensons Ansatz in der Kommunikationswissenschaft wenig Resonanz (vgl. Hallenberger/Foltin 1990: 35;

Dehm 1984: 26). Dehm führt das geringe Interesse auf drei Gründe zurück: Erstens lässt Stephensons Auslegung von Unterhaltung als Spiel im Sinne einer folgenlosen Aktivität sämtliche Ursachen und Folgen außer Acht. Zweitens ist die Unterscheidung in soziale Kontrolle und konvergente Selektivität dem Prinzip vom aktiv handelnden Menschen abträglich (vgl. Dehm 1984: 28f). Drittens beruht die Operationalisierung von Spiel *„weitgehend auf subjektiven Eindrücken, die einer intersubjektiven Plausibilitätsprüfung nicht standhalten“* (Dehm 1984: 29).

Hallenberger und Foltin betonen, dass trotz Stephensons mangelhafter Umsetzung das Konzept des Spiels für die Unterhaltungsforschung nicht gänzlich unbrauchbar ist (vgl. Hallenberger/Foltin 1990: 73). Neuere Erkenntnisse messen jedoch dem Realitätswechsel im Spiel mehr Bedeutung bei. Nach Oerter ist das Spiel eine Handlung mit wechselndem Realitätsbezug, die ähnlich wie das Ritual ständiger Wiederholung bedarf. Als Handlung ist es stets auf ein Ziel und auf einen Gegenstand gerichtet. Oerter spricht in dieser Hinsicht auch von der handlungstheoretischen Intentionalität und dem Gegenstandsbezug. Das Spiel ist jedoch eine besondere Art von Handlung. Es dient keinem Zweck und der Anreiz liegt im Spiel selbst (vgl. Oerter 1999: 3ff). Der Wechsel des Realitätsbezugs ist ein entscheidendes Merkmal des Spiels. Hallenberger und Foltin unterscheiden den simulatorischen vom personalen Realitätsbezug. Bei ersterem werden reale Phänomene nachgeahmt bzw. simuliert (z.B. Monopoly), beim zweiten fließen persönliche Erfahrungen aus der Spielwelt (z.B. gesteigertes Wissen durch Quiz) auch in den Alltag ein (vgl. Hallenberger/Foltin 1990: 37). Das Spiel konstituiert sich zwar als „Nicht-Alltag“ (Hallenberger/Foltin 1990: 38), ist jedoch nach Hallenberger und Foltin direkt auf diesen bezogen. Oerter sieht den Nutzen des Spiels darin, dass das Individuum in der zweiten Realität eingeübte Verhaltensweisen und Routinen aus dem Alltag flexibel variieren und Neues ausprobieren kann, ohne die Konsequenzen fürchten zu müssen.

„Unter dieser Perspektive ist Spiel nicht eine periphere Aktivität, die das Kind ausübt oder auch nicht, sondern lebensnotwendig und konstitutiv für die Menschwerdung, denn zu ihr gehört die Fähigkeit des von der Symbiose zwischen Umwelt und Organismus abgehobenen Entwurfs der Wirklichkeit.“ (Oerter 1999: 13)

Die Erfahrungen aus der Spielwelt müssen jedoch wiederholt werden, wenn aus ihnen gelernt bzw. durch sie etwas verarbeitet werden soll. Rituale sind dem sehr ähnlich und zeigen sich häufig im Spiel der Erwachsenen. Sie schränken die im Spiel gewonnene Freiheit durch Regeln ein und geben dem Individuum dadurch Geborgenheit und Sicherheit (vgl. Oerter 1999: 15ff).

Vorderer betont unter Rückgriff auf Oerters Spielbegriff die Ähnlichkeiten mit dem Mediengebrauch. So ist die Rezeption von Medienangeboten ebenfalls als Handlung zu konzeptualisieren. Die Gründe für die Zuwendung sind, wie beim Spiel, eher intern als extern zu suchen – vor allem, wenn der/die Rezipient/in auf Unterhaltung aus ist. Auch den beschriebenen Wechsel im Realitätsbezug sieht Vorderer durch eine Reihe von Studien bestätigt. Bekannte Phänomene, wie z.B. Involvement, Identifikation und Absorption, betrachtet er als Teilaspekte dieses Wechsels (vgl. Vorderer 2003: 122f). In der Wiederholung erkennt er noch ein typisches Kennzeichen von Unterhaltung, da die meisten *„Mediennutzer bestimmte Unterhaltungspräferenzen entwickeln und zu ihnen mehr oder weniger regelmäßig zurück kehren“* (Vorderer 2003: 123). Vorderer konstatiert weiters, dass Unterhaltung für das Individuum drei kategorische Funktionen erfüllt: Kompensation, Gratifikation (im Sinne der Wunscherfüllung) und Selbstverwirklichung. Über diese gelangt er schließlich zu folgender Definition:

„Für einige ist Unterhaltung die Suche nach Vergnügen in langweiligen Situationen oder Kompensation in belastenden Situationen; für andere ist sie die Kompensation in einer deprivierenden Situation, die Erfüllung von Bedürfnissen in unbefriedigenden Situationen und die Selbsterweiterung oder sogar die Selbstverwirklichung (...). Auf jeden Fall ist Unterhaltung ein Spiel und hilft, mit dem Leben zurecht (sic!) zu kommen.“ (Vorderer 2003: 126f)

Ein weiterer Ansatz, der zu den Anthropologischen gezählt werden kann, handelt von der Verbindung zwischen Unterhaltung und Freizeit. Bereits bei Huizinga und Caillois konnte festgestellt werden, dass Freizeit eine wichtige Grundlage für die Herauslösung des Spiels aus dem Alltag darstellt. In dem Aufsatz „The Coming of Media Entertainment“ (Zillmann 2000) vertieft Zillmann diese These – allerdings auf mediale Unterhaltung bezogen.

Unterhaltung und Freizeit

In der Freizeit hat das Individuum die Möglichkeit, sich zu erholen, neue Kräfte zu tanken und seinen Vorlieben zu frönen. Unterhaltung unterstützt diese Funktionen und bietet zusätzlich die Möglichkeit, einfach nur Zeit totzuschlagen. Bosshart schreibt vor allem dem Fernsehen eine zentrale Rolle in der individuellen Freizeitgestaltung zu. Wiederholt widmen sich Menschen der Fernsehunterhaltung, was der Handlung an sich (und vor allem am Feierabend) einen habitualisierten bzw. ritualisierten Charakter verleiht (vgl. Bosshart 1979: 135f).

Zillmann versucht, das Verhältnis von Freizeit und Unterhaltung historisch zu ergründen. Zu diesem Zweck blickt er rd. 14 Millionen Jahre zurück in die Geschichte zum Ramapithecus, einem Menschenaffen, der lange Zeit als Vorfahre des Homo galt. Ramapithecus war, wie sein Nachfolger Australopithecus, vollständig damit ausgelastet, sein Überleben zu sichern. Sein Alltag war geprägt von harter Arbeit, Freizeit im Sinne von Shiver kannte er nicht (vgl. Zillmann 2000: 2f). Dies sollte sich erst vor rd. 600.000 Jahren ändern, mit der Entwicklung des Homo. Aufgrund einer Fülle von Innovationen im Werkzeugbereich sowie der Entdeckung des Feuers blieb dem Homo erectus als erstem Menschen „time (...) to perceive and select experiences which are either worthwhile or simply gratifying without any other redeeming quality“ (Shiver zit. n. Zillmann 2000: 2). Die Tendenz zu mehr Freizeit verläuft seitdem steigend und geht einher mit der kulturellen Entwicklung der Gesellschaft (vgl. Zillmann 2000: 5ff). Erst im Rahmen der neu gewonnenen Freiheit können kulturelle Elemente, wie Kunst, Lyrik und Theateraufführungen, entstehen. Wunsch bringt Zillmanns Ausführungen auf den Punkt, indem er schreibt:

„Somit könnte man die Kulturgeschichte der Menschheit auch als eine Entwicklung der Unterhaltung beschreiben, welche von frühen rituellen Zeremonien über die ersten Olympischen Spiele und Theateraufführungen im alten Griechenland, Gladiatorenkämpfe in Rom hin zur heutigen Unterhaltung durch Massenmedien reicht.“ (Wunsch 2006: 31)

Zillmann erkennt jedoch auch Schwankungen in der Geschichte der Unterhaltung. Auf Phasen exzessiver Freizeit folgten meist kurze Etappen strenger Verbote und des Verzichts. Im alten Rom gab es bspw. unter Kaiser Claudius 93 offizielle Feiertage im Jahr, an denen freie Unterhaltung, wie Gladiatoren- oder Tierkämpfe, auf Staatskosten geboten wurde. Erst mit der zunehmenden Christianisierung wird dem römischen Vergnügen Einhalt geboten. Rund zweitausend Jahre später, in der Mitte des 20. Jahrhunderts, wird die 40-Stunden-Woche eingeführt. Dadurch steht dem Menschen rund ein Drittel der Stunden, in denen er nicht schläft, zur freien Verfügung. In Kombination mit den zunehmenden medialen Unterhaltungskapazitäten fragt Zillmann, ob sich der römische Vergnügungsstaat in der modernen Gesellschaft wiederholt (vgl. Zillmann 2000: 9ff).

Zillmann geht in seinem Ansatz von einem entgegengesetzt verlaufenden Verhältnis von Arbeit und Freizeit aus. Demnach bedeutet mehr Freizeit weniger Arbeit und umgekehrt. In einem nächsten Schritt verbindet er das Phänomen Freizeit mit Unterhaltung bzw. Kultur. Diese Bindung ist von symbiotischem Charakter, da Zillmann impliziert, dass Unterhaltung ohne Freizeit nicht entstehen kann und umgekehrt ein Mehr an Freizeit zwingend mit Unterhaltung einhergeht. Obwohl das

Phänomen Freizeit in vielen anderen Unterhaltungsansätzen durchaus Berücksichtigung findet, wird es nur selten derart historisch analysiert wie bei Zillmann. Dennoch weist sein Entwurf Defizite auf, so Wunsch. Er liefere keine genaue Beschreibung des Rezeptionsvorgangs, sondern untersuche lediglich die Wurzeln und die Rahmenbedingungen von Unterhaltung (vgl. Wunsch 2006: 32).

2.2.2) Motivationale Ansätze

Unter der Bezeichnung motivationale Ansätze werden alle jene Thesen zusammengefasst, die sich mit den Beweggründen für Unterhaltung beschäftigen. Basierend auf der zunehmenden Mediatisierung der Gesellschaft fokussieren viele der Ansätze auf medienvermittelte Unterhaltung. Im Folgenden werden fünf der geläufigsten Theorien aus diesem Bereich vorgestellt: der Uses-and-Gratifications-Approach als wohl bekannteste unter ihnen, die Mood-Management-Theorie, die Self-Determination-Theorie, die Eskapismusdebatte und der Ansatz zur parasozialen Interaktion.

Uses-and-Gratifications-Ansatz

Beim Uses-and-Gratifications Ansatz rückt der/die Rezipient/in mit seinen/ihren Bedürfnissen und Erwartungen an die Medien in den Vordergrund. Es geht nicht mehr darum, welchen Einfluss die Medien auf das Publikum haben, sondern was die Rezipient/innen mit den Medien machen, wieso sie sich bestimmten Inhalten widmen und welche Gratifikationen sie sich erwarten (vgl. Kuncik/Zipfel 2001: 343f).

Der Uses-and-Gratifications Ansatz basiert auf der Annahme, dass Menschen Medien und deren Inhalte ihren Wünschen und Bedürfnissen entsprechend auswählen. Die Wünsche und Bedürfnisse eines Individuums äußern sich in den sogenannten Rezeptionsmotiven. Diese werden sowohl vom sozialen als auch mentalen Hintergrund des Rezipienten bzw. der Rezipientin beeinflusst. Demnach sind Motive, Einstellungen und Verhaltensweisen gegenüber den Medien individuell unterschiedlich (vgl. Papacharissi 2009: 137).

Die Wurzeln des Nutzen- und Belohnungsansatzes, wie er zu Deutsch genannt wird, reichen zurück bis in die 40er-Jahre des vergangenen Jahrhunderts. Herta Herzog untersuchte am „Office of Radio Research“, das zu dem Zeitpunkt von Paul F. Lazarsfeld geleitet wurde, mit welcher Motivation sich Menschen verschiedenen Radioformaten zuwenden. Dabei fand sie heraus, dass Hausfrauen Seifenopern zur emotionalen Entlastung, zur stellvertretenden Wunscherfüllung und als Ratgeber im Umgang mit Alltagsproblemen rezipieren (vgl. Katz/Blumler/Gurevitch 1974: 20; Kuncik/Zipfel 2001: 344; Papacharissi 2009: 138).

Trotz einiger Versuche im Vorfeld erlebte der Uses-and-Gratifications-Ansatz seinen Höhepunkt erst in den 60er- und 70er-Jahren des 20. Jahrhunderts. Mit „The Uses of Mass Communication“ (1974) gelang Katz, Blumler und Gurevitch die Veröffentlichung eines der grundlegendsten Werke dazu. Sie schaffen die benötigte theoretische Basis, indem sie konstatieren, dass der Uses-and-Gratifications Ansatz den Fokus legt auf:

„(1) the social and psychological origins of (2) needs, which generate (3) expectations of (4) the mass media or other sources, which lead to (5) differential patterns of media exposure (...), resulting in (6) need gratifications and (7) other consequences, perhaps mostly unintended ones.“
(Katz/Blumler/Gurevitch 1974: 20)

Katz, Blumler und Gurevitch gehen weiters von einem aktiven Publikum aus, das Medienhandlungen stets zielgerichtet setzt. Basierend auf seinen Wünschen und Bedürfnissen entscheidet sich das Individuum bewusst für die Rezeption von bestimmten Inhalten. Demnach kennt es seine Bedürfnisse und kann diese folglich auch artikulieren. Daher greifen die meisten Vertreter des Uses-and-Gratifications-Ansatzes methodologisch auf die Selbstauskunft zurück (vgl. Katz/Blumler/Gurevitch 1974: 21).

Dennoch sind die Medien nicht die einzigen Ressourcen der Bedürfnisbefriedigung, sie stehen in Konkurrenz mit anderen Quellen. Allgemeine Werturteile über die kulturelle Bedeutung von Massenkommunikation sollten jedoch nicht gefällt werden. Nach dem Uses-and-Gratifications-Ansatz obliegt es einzig und allein den Rezipient/innen, die Qualität des Medieninhalts zu beurteilen (vgl. Katz/Blumler/Gurevitch 1974: 22).

Auch Rosengren entwirft ein Model des Uses-and-Gratifications-Ansatzes. Dabei stellt er die konstituierenden Elemente (Bedürfnis, Motiv, Auswahl, Gratifikation) in Beziehung zueinander und betont das Gewicht gesellschaftlicher, struktureller und individuell-charakteristischer Einflüsse (vgl. Rosengren 1974: 271).

Fast 20 Jahre später fasst Rubin die Grundannahmen von Katz, Blumler, Gurevitch und Rosengren zu fünf Thesen zusammen, die noch heute den aktuellen Stand der Uses-and-Gratifications-Forschung wiedergeben:

„(a) Communication behaviour, including media selection and use, is goal-directed, purposive and motivated. (...) (b) People take the initiative in selecting and using communication vehicles to satisfy felt needs or desires. (...) (c) Behaviour responds to media or messages as filtered through one's social and psychological circumstances (...). (d) Media compete with other forms of communication (...) for selection, attention, and use to gratify our needs or wants. (...) (e) People are typically

more influential than the media in the relationship, but not always." (Rubin 1994: 420)

Unterhaltung und artverwandte Phänomene werden nur im Rahmen der Motivforschung thematisiert. Greenberg erarbeitet in einer Studie mit britischen Kindern und Jugendlichen eine Bedürfnistypologie bestehend aus acht Motiven. Wünsch hat sie trefflich, aber doch recht frei mit folgenden Begriffen übersetzt: Entspannung (relaxation), Geselligkeit (companionship), Information (to learn about things), Gewohnheit (habit), Zeitfüller (to pass time), Selbstfindung (to learn about myself), Spannung (arousal) und Eskapismus (to forget as a means of diversion) (vgl. Greenberg 1974: 73f; Wünsch 2006: 38). Vergleicht man diese Motive mit den Dehm'schen Unterhaltungselementen (vgl. Dehm 1984: 222ff) oder mit Bossharts Assoziationen zum Unterhaltungsbegriff (vgl. Bosshart 1994: 31), so stellt sich heraus, dass Entspannung, Spannung, Information (v.a. bei Dehm), Eskapismus und Geselligkeit am ehesten damit korrelieren.

In mehreren ähnlichen Studien mit amerikanischen Heranwachsenden entwickelt Rubin Greenbergs Typologie weiter und ergänzt sie um die Kategorie „Entertainment“ (vgl. Papacharissi 2009: 140; Rubin 1994: 425). Unterhaltung wird von Rubin als separates Motiv anerkannt. Die darauf folgenden Handlungen sind demnach intrinsisch motiviert. Der Unterhaltung willen lässt man sich von den Medien unterhalten.

Dennoch schenken die Vertreter des Uses-and-Gratifications-Ansatzes dem Thema Unterhaltung recht wenig Aufmerksamkeit. Vielmehr stehen artverwandte Phänomene, wie Eskapismus oder parasoziale Interaktion, im Mittelpunkt des Interesses (vgl. Wünsch 2006: 38). Der Uses-and-Gratifications-Ansatz hat jedoch mit dem Perspektivenwechsel hin zum Rezipienten ein Paradigma geschaffen, das heute eine Fülle von Theorien prägt. Die Verbindung zu Unterhaltung erkennt Wünsch vor allem darin, dass *die „empirischen Befunde zu den Rezeptionsgratifikationen eine heuristische Hilfestellung bei der Dimensionierung des Unterhaltungsphänomens bieten“* (Wünsch 2006: 38).

Wirft man einen Blick in die gegenwärtige Forschung, die in der Tradition des Uses-and-Gratifications-Ansatzes steht, so hebt sich neben der Vielzahl an Untersuchungen zum Thema Mediengewalt und Aggression, Medienzuwendung nach Terroranschlägen und Einsatz von Online- bzw. Offline-Medien (vgl. Papacharissi 2009: 143) vor allem ein Ansatz hervor: das Flow-Erlebnis nach Csikszentmihalyi. Da sich der Flow-Ansatz direkt mit dem Phänomen Unterhaltung beschäftigt, soll er nach einer kurzen Vorstellung der Eskapismusthese und des Phänomens der parasozialen Interaktion näher erläutert werden.

Unterhaltung: Flucht aus der Realität

Besondere Aufmerksamkeit schenkte die Uses-and-Gratifications-Forschung dem eskapistischen Mediengebrauch, der sich durch eine vorübergehende kognitive und emotionale Flucht (escape) aus der individuellen Realität auszeichnet. So begibt sich der/die Rezipient/in mithilfe seiner/ihrer Fantasie in schönere, reizvollere und interessantere Welten (vgl. Vorderer 1996: 311).

Ihren Ursprung nimmt die Eskapismusthese bei Katz und Foulkes, die 1962 im Public Opinion Quarterly erstmals versuchen, das Phänomen strukturiert zu analysieren. Dabei greifen sie auf eine Reihe von Arbeiten aus dem Bereich der Cultural Studies zurück und stellen fest, dass sich das Individuum in der modernen Gesellschaft zunehmend macht- und bedeutungslos fühlt. Daraus entsteht das Bedürfnis zu fliehen, in eine bessere Welt einzutauchen. Dieses Bedürfnis verleitet den Menschen zu übermäßigem Konsum von eskapistischen Medieninhalten (vgl. Katz/Foulkes 1962: 380ff). Über psychologische Prozesse, wie z.B. Identifikation mit dem Helden einer TV-Serie, erlangen die Rezipienten Gratifikationen, deren Konsequenzen von Katz und Foulkes als bedenklich eingestuft werden:

„We object, basically, to the assumption, usually implicit and often unwarranted, that „escapist“ drives or „escapist“ content or „escapist“ patterns of involvement with the media are invariably dysfunctional for the individual and society.“
(Katz/Foulkes 1962: 387)

So befürchten Katz und Foulkes, dass das Individuum andere, gesellschaftlich wichtige Rollen vernachlässigen könnte. Sie führen an, dass bspw. eine Hausfrau basierend auf der medienvermittelten Vortäuschung einer heilen Welt (z.B. in Seifenopern) zu dem Schluss gelangen könnte, dass die Wahrnehmung ihrer bürgerlichen Rechte nicht mehr vonnöten ist (vgl. Katz/Foulkes 1962: 386). Dennoch räumen sie ein, dass die Medienzuhaltung vermutlich eine sehr glimpfliche Form des Eskapismus darstellt. Andere Möglichkeiten zu fliehen sehen Katz und Foulkes im Alkohol- und Drogenkonsum, im Selbstmord oder in verschiedenen Formen der Spiritualität. Während die Medien den Rezipienten immer wieder in die reale Welt entlassen, besteht bei diesen alternativen Fluchtrouten die Gefahr, nicht mehr zurückzukehren. Die heiligste Form der Flucht sehen Katz und Foulkes aber im Schlaf (vgl. Katz/Foulkes 1962: 387f).

Eigentlich nimmt der Begriff Unterhaltung keine zentrale Stellung in der Eskapismusdebatte ein. Dennoch wird von vielen Autoren impliziert, dass Vergnügen die Flucht erleichtert bzw. Unterhaltung eine von vielen medial vermittelten kognitiven Routen auf dem Weg in eine andere Welt darstellt. Schenk führt fünf Merkmale des typischen eskapistischen Inhalts an:

„(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.“ (Schenk 2007: 683)

Demnach löst eskapistischer Inhalt beim Rezipienten ein kognitives Phänomen aus, das Schenk als Vergnügen bezeichnet. Vorderer hingegen bezieht sich bei seinen Ausführungen zum Thema auf eine angebotsorientierte Auffassung von Unterhaltung. Er betont, dass die exotischen Welten der medialen Fiktion die Flucht unterstützen und vereinfachen (vgl. Vorderer 1996: 311f). Beiden Ansätzen ist jedoch gemein, dass Unterhaltung als Reaktion auf die gesellschaftlichen Umstände und die Alltagsbelastung gesehen wird. Sie öffnet die Pforten zu einer anderen Welt, wodurch das Individuum entlastet wird (vgl. Wunsch 2006: 41).

Gegen die negative Sichtweise der Eskapismusthese wurden häufig Bedenken vorgebracht. Ein Kritiker soll hier kurz angeführt werden: Louis Bosshart (1979). Er betont, dass das menschliche Unterhaltungsbedürfnis wesentlich komplexer ist, als von der Eskapismusthese angenommen wird. Die Gleichsetzung mit einem Verlangen nach Betäubung sei unzulässig:

„Unterhaltung zieht nicht einfach Rezipienten an und betäubt sie. Unterhaltung ist ein Angebot, das von Rezipienten nach Maßgabe ihrer psychischen und physischen Bedürfnisse gesucht wird.“ (Bosshart 1979: 116)

Weiters lehnt Bosshart den Begriff der Flucht ab. Vielmehr gleiche der Realitätswechsel einer „*schöpferischen Pause*“ (Bosshart 1979: 117). Das Individuum könne sich durch die „*Stilllegung überbeanspruchter Kräfte*“ (Bosshart 1979: 117) regenerieren.

Sich in eine fiktive Welt zu begeben, ist eine Eigenschaft von Unterhaltung, die auch im Rahmen anderer Theorien, wie z.B. der Spieltheorie, thematisiert wird. Ob der Weg in diese Welt fluchtartig oder gemächlich besritten wird, scheint keine wesentliche Rolle zu spielen. Entscheidend ist, dass der/die Rezipient/in zu seinem/ihrer Ziel gelangt, egal ob intrinsisch oder extrinsisch motiviert.

Unterhaltung als parasoziale Interaktion

Parasoziale Interaktion (PSI) ist eine Form der Rezeption von Film-, Fernseh- und Radiosendungen, bei welcher der/die Rezipient/in das Gefühl hat, dass zwischen dem Performer und ihm/ihr eine Face-to-Face-Beziehung besteht. Trotz der medialen Vermittlung gibt sich das Publikum der Illusion eines intimen, unmittelbaren Kommunikationsprozesses hin (vgl. Horton/Wohl 2001: 74f).

Das Konzept der parasozialen Interaktion (PSI) fußt auf einer Arbeit von Horton und Wohl, die 1956 erstmals veröffentlicht wurde. Sie stellen fest, dass es einer neuen Kategorie medialer Persönlichkeiten (z.B. Quizmaster, Ansager, Interviewer) gelungen ist, mit Massen von Fremden eine Form von Intimität zu schaffen. Sie nennen diese Gruppe von Performern kurzerhand *Personae* (vgl. Horton/Wohl 2001: 76f).

Der Auftritt einer *Persona*, ihre Gesten, ihre Stimme und ihr Verhalten sind von Kontinuität geprägt und zielen darauf ab, den Rezipient/innen das Gefühl von Direktheit und Unmittelbarkeit zu verleihen. Egal ob als Freund, Ratgeber oder Vorbild, die *Persona* bietet vor allem eines: eine dauerhafte Beziehung (vgl. Horton/Wohl 2001: 77ff). Da die Beziehung zwischen *Persona* und Rezipient einseitig ist, liegt *„die volle Bürde, eine plausible Imitation der Vertrautheit herzustellen, auf der Persona und der Sendung, die sich um sie dreht“* (Horton/Wohl 2001: 81).

PSI entsteht jedoch nicht bei der *Persona*, sondern beim Rezipienten. Die *Persona* schafft lediglich die Voraussetzungen für eine derartige Interaktion. Ohne seine eigene Identität abzulegen, erfüllt der/die Rezipient/in psychologisch aktiv die von der Sendung implizierte Rolle. Seine/Ihre Reaktionen erfolgen komplementär zu jenen der *Persona* (vgl. Horton/Wohl 2001: 82f). Horton und Wohl sprechen in diesem Zusammenhang auch von der *„Antwortrolle“* (Horton/Wohl 2001: 82) des Rezipienten bzw. der Rezipientin. Erst durch diese Rollenübernahme erfüllt die Sendung ihre Funktion.

Nach Horton und Wohl besteht die Funktion der PSI einerseits in der Erkundung und Entwicklung neuer Rollen, andererseits in der Ausübung von Rollen, auf die das Individuum einen Anspruch hat, die es jedoch aus bestimmten Gründen im sozialen Umfeld nicht mehr übernehmen kann. Darin erkennen die Autoren das kompensatorische Potenzial der PSI – sie kann isolierten Menschen zu Geselligkeit verhelfen (vgl. Horton/Wohl 2001: 90f).

Horton und Wohl gelangen zu dem Schluss, dass parasoziale Interaktionsmuster mit Sozialen vergleichbar sind, da sie trotz des Defizits an gegenseitiger Bezugnahme auf die gleiche Weise erlebt werden und einen ähnlich fixen Platz im täglichen Leben des Rezipienten bzw. der Rezipientin einnehmen (vgl. Horton/Wohl 2001: 103).

In den vergangenen Jahrzehnten fanden die theoretischen Überlegungen von Horton, Wohl und in Folge auch Strauss eine Vielzahl von Anhängern. Das Phänomen PSI wurde intensiv erforscht mit dem Ergebnis, dass zwei Formen unterschieden werden: die Parasoziale Interaktion (PSI) und die Parasoziale Beziehung (PSB). Die Erstere bezeichnet die unmittelbare, während der Rezeption stattfindende Begegnung zwischen Persona und Rezipient. Die Letztere hingegen meint die über die Einzelbegegnung hinausgehende Bindung (vgl. Schramm 2006: 248f).

Weiters wurde eine Reihe neuer Ansätze rund um das Paradigma PSI entworfen. Darunter befindet sich auch das viel zitierte Zwei-Ebenen-Modell von Hartmann, Schramm und Klimmt. Es basiert auf der Annahme, dass mit einer Persona nicht interagiert werden kann. In Folge betrachten sie PSI als multidimensionales Konstrukt, dessen Intensität durch bestimmte Eigenschaften der Personae und des Rezipienten bzw. der Rezipientin maßgeblich beeinflusst wird. Weiters attestieren die Autoren den Rezipienten ein Bewusstsein über die Medialität der Situation. Dieses Bewusstsein rahmt den PSI-Prozess bzw. gibt ihm seine strukturelle Form (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004: 25).

Beginnend bei der Persona nennen die Autoren drei entscheidende Aspekte für High- bzw. Low-Level-PSI: Obstrusivität, Persistenz und Adressierung.

„Mit Obstrusivität ist die Aufdringlichkeit der Persona in einer Szene gemeint, wenn sie beispielsweise Teile des Bildschirms so vereinnahmt, dass das Publikum sich zwangsläufig mit ihr auseinandersetzen muss. Persistenz bezieht sich hingegen auf die Dauer ihres Auftritts.“ (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004: 38)

Adressierung meint die dargestellte räumliche Distanz sowie die nonverbale und verbale Bezugnahme der Persona. Hartmann et al. gehen grundsätzlich davon aus, dass die Intensität der PSI mit zunehmender Obstrusivität und Persistenz sowie mit der Adressierungsleistung der Persona steigt (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004: 38).

Ähnliches gilt auf Rezipientenseite für den Faktor Motivation. Neben dem ersten Eindruck begünstigt auch die persönliche Relevanz der Rollen, welche eine Persona spielt, die Motivation für High- bzw. Low-Level-PSI. Hartmann et al. sprechen in diesem Zusammenhang auch von der Passung mit den Nutzereigenschaften (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004: 39f).

Treffen hohe Motivation, hohe angebotsseitige Obstrusivität und Persistenz sowie eine direkte Adressierung des Publikums aufeinander, so ist eine intensive Auseinandersetzung mit der Persona sehr wahrscheinlich. Mit der Abnahme dieser Faktoren sinkt auch das Ausmaß der personenzentrierten Auseinandersetzung. Der

Grad der PSI kann jedoch im Laufe der Rezeption variieren (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004: 42).

Zusätzlich „*memoriert*“ (Hartmann/Schramm/Klimmt 2004: 42) der/die Rezipient/in Informationen über die Persona und seine/ihre individuelle kognitive und affektive Bewertung. Dies ist in Folge die Basis für ein Beziehungsschema, das Hartmann et al. schließlich als PSB bezeichnen (vgl. Hartmann/Schramm/Klimmt 2004: 40ff).

Aus struktureller Perspektive unterscheiden Hartmann et al. weiters perzeptiv-kognitive von affektiver und konativer PSI. Schramm erläutert die Differenz folgendermaßen:

„Erstere beinhaltet Aspekte der Wahrnehmung, des Denkens, Bewertens, Erinnerns usw. im Zusammenhang mit einer Persona; die zweite Dimension bezieht sich auf Gefühle gegenüber einer Persona beziehungsweise Emotionen, die durch die Persona ausgelöst werden; und die dritte Dimension zielt auf beobachtbare Verhaltensäußerungen der Rezipierenden, welche auf die Medienperson gerichtet sind.“ (Schramm 2006: 255)

Mit diesen drei Dimensionen lässt sich jeder PSI-Prozess beschreiben. Umgekehrt muss sich aber nicht jeder PSI-Prozess aus diesen drei Dimensionen zusammensetzen (vgl. Schramm 2006: 255f).

Baeßler bezeichnet das Zwei-Ebenen-Modell nach Hartmann et al. als durchwegs gewinnbringende Ausdifferenzierung, da die Autoren den komplexen, mehrdimensionalen PSI-Prozess systematisch in seine Einzelbestandteile gliedern (vgl. Baeßler 2009: 65). Bei welchem dieser Bestandteile ist jedoch das Phänomen Unterhaltung anzusiedeln?

PSI und PSB gelten in ihrer Gesamtheit häufig als Begleiterscheinungen der Unterhaltungsrezeption, da der Einsatz von Personae oder Stars kennzeichnend für verschiedene Unterhaltungsformate ist. Wenn sich der/die Rezipient/in derartigen Formaten zuwendet, dann in Erwartung einer Begegnung mit der jeweiligen Medienfigur. Das Unterhaltungserleben wird demnach von der Medienfigur geprägt (vgl. Schramm 2006: 264).

Vorderer konstatiert, dass PSI und PSB geradezu prototypische Unterhaltungserfahrungen darstellen. Generell bilden affektive Prozesse den Kern von Unterhaltungserfahrungen und da bei PSI und PSB die Emotionen der Zuschauer gegenüber der Persona im Vordergrund stehen, können sie als prägende Rezeptionsmuster für das Unterhaltungserleben herangezogen werden. Dennoch bezieht sich dieses Erleben nicht nur auf typische Unterhaltungsformate. Auch

Nachrichtensendungen, die von einem Sprecher moderiert werden, können im Rahmen von PSI-Prozessen rezipiert werden (vgl. Vorderer 1998: 690f).

Schramm betont, dass PSI und PSB als Genre übergreifende Rezeptionsmodi zu klassifizieren sind. Er gesteht jedoch ein, dass sie bei Unterhaltungsformaten eventuell intensiver und dynamischer zutage treten als bei Informationsangeboten. Dennoch unterstreicht er, dass es diese Vermutung noch empirisch zu belegen gilt (vgl. Schramm 2006: 264).

Unterhaltung als Flow-Erlebnis

Das Prinzip des Flows geht auf den Psychologen Mihaly Csikszentmihalyi zurück und bezeichnet die zutiefst erfüllende, autotelische Erfahrung, vollkommen in einer Tätigkeit aufzugehen (vgl. Csikszentmihalyi 1988: 29f):

„Artists, athletes, composers, dancers, scientists, and people from all walks of life, when they describe how it feels when they are doing something that is worth doing for its own sake, use terms that are interchangeable in their minutest details. This unanimity suggests that order in consciousness produces a very specific experiential state, so desirable that one wishes to replicate it as often as possible. To this state we have given the name of “flow” (...).“ (Csikszentmihalyi 1988: 29)

Csikszentmihalyi spricht im Zusammenhang mit dem Flow-Phänomen auch häufig von der optimalen Erfahrung. Dies rührt daher, dass der Flow-Zustand einer strukturellen Prämisse unterliegt: Die Tätigkeit muss über ein herausforderndes Moment verfügen, das im Einklang mit den Kompetenzen des Individuums steht. Ist diese Balance nicht gegeben, fühlt sich das Individuum über- oder unterfordert, es entstehen Stress oder Langeweile. Die Kompetenzen des Individuums wachsen jedoch mit der Herausforderung. Daraus folgt, dass keine Tätigkeit über einen längeren Zeitraum hinweg das Flow-Erlebnis garantieren kann. Csikszentmihalyi veranschaulicht dies anhand eines Tennisspielers. Mit jeder Trainingseinheit wird er das Spiel besser beherrschen. Daher müssen sich der Schwierigkeitsgrad und somit die Herausforderung steigern, ansonsten verliert der Spieler aufgrund von Langeweile das Interesse an der Tätigkeit (vgl. Csikszentmihalyi 1988: 30). So unterstreicht Csikszentmihalyi:

„To remain in flow, one must increase the complexity of the activity by developing new skills and taking on new challenges.“
(Csikszentmihalyi 1988: 30)

Die spezifische Emotion, die durch Flow hervorgerufen wird, nennt Csikszentmihalyi „*enjoyment*“ (Csikszentmihalyi 1988: 31). Demnach bereitet es dem Menschen pures Vergnügen, eine angemessene Herausforderung erfolgreich zu bewältigen. Gepaart mit hoher Konzentration, dem stetigen Glauben, die Tätigkeit kontrollieren zu können, und dem Verlust der Wahrnehmung von Raum, Zeit und der eigenen Person führt dies schließlich zu dem Zustand, den er als Flow bezeichnet (vgl. Csikszentmihalyi 1988: 32ff).

Dennoch darf die Tätigkeit an sich nicht außer Acht gelassen werden. Es gibt eine Reihe von Eigenschaften, die ihr zugrunde liegen müssen, wenn Flow erlebt werden soll: Sie muss über (1) klare Ziele und Regeln verfügen, (2) eine Adaption hinsichtlich der individuellen Fähigkeiten ermöglichen, (3) schnelles und eindeutiges Feedback bezüglich der Fortschritte geben, (4) jegliche Ablenkung ausblenden und das konzentrierte Vorgehen fördern (vgl. Csikszentmihalyi 1988: 32f; Sherry 2004: 332f).

Ausgehend vom Uses-and-Gratifications-Ansatz erkennt Sherry eine Reihe von Parallelen zwischen den Phänomenen Unterhaltung (Sherry 2004: 328) und Flow:

„Enjoyment of media has many of the same aspects of flow: focused concentration, loss of self-consciousness, a sense that one is in control of the situation, distortion of temporal experience, and the experience of the activity as intrinsically rewarding.“ (Sherry 2004: 336)

Auch bei der Medienrezeption muss die Balance zwischen der Herausforderung und der Leistungsfähigkeit des Individuums gegeben sein. Das herausfordernde Moment stellt dabei die Entschlüsselung des Stimulus dar. Dieser muss sowohl bekannte als auch neue Elemente enthalten. Ob das Individuum schließlich Unterhaltung erlebt, hängt von seiner Fähigkeit ab, mit dem jeweiligen Stimulus einen Flow-Zustand zu erreichen (vgl. Sherry 2004: 336).

Die Parallelen beziehen sich jedoch nicht nur auf die subjektiven Eigenschaften der beiden Phänomene. Auch hinsichtlich der objektiven Merkmale erkennt Sherry analoge Strukturen, vor allem mit interaktiven Medienformaten. Am Beispiel des Computerspiels zeigt er auf, dass diese Formate alle Eigenschaften erfüllen, die einer Flow-Tätigkeit zugrunde liegen müssen. Sie verlangen nach vollster Konzentration, funktionieren nach bestimmten Regeln und setzen dem Individuum ein klares Ziel vor. Hat der Spieler sich erfolgreich geschlagen, gelangt er zum nächsten Level. Damit erhält er direktes und eindeutiges Feedback und es wird eine Adaption des Schwierigkeitsgrads vorgenommen. Die Herausforderung passt sich somit dem Leistungsvermögen des Spielers an. Sherry gelangt zu dem Schluss, dass sich das Flow-Prinzip hervorragend dazu eignet, interaktiv vermitteltes Unterhaltungserleben

zu erklären. Scherzhaft unterstellt er Csikszentmihalyi sogar, beim Entwurf des Konzepts an das Computerspiel gedacht zu haben (vgl. Sherry 339).

Flow scheint ein Phänomen zu sein, dessen emotionale Wirkung direkt vom Engagement des Individuums abhängt. Interaktive Medien verlangen im Gegensatz zu elektronischen nach vollem Einsatz, was schließlich mit Vergnügen belohnt wird. Generell lässt sich das Prinzip auch auf andere Medien adaptieren, wie z.B. das Fernsehen. Im Widerspruch dazu steht jedoch die allgemeine Feststellung, dass bei der Rezeption von Film- und Fernsehformaten bereits mit wenig Einsatz ein lohnendes Gefühl der Unterhaltung erlebt werden kann. Daher scheint das Flow-Prinzip ein erfolgreicher Versuch zu sein, die Faszination für interaktive Medien zu erklären – ein Gebiet, das ohnehin viele weiße Flecken auf der wissenschaftlichen Landkarte aufweist. Dennoch lässt es sich nicht widerspruchsfrei auf andere Medien anwenden.

Mood-Management-Theorie

Die Mood-Management-Theorie kann sowohl zu den erregungspsychologischen als auch motivationalen Ansätzen gezählt werden. Im Rahmen dieser Arbeit wird sie den Letzteren zugerechnet, da sie zu erklären versucht, weshalb und unter welchen kognitiven Voraussetzungen sich Individuen spezifischen Medieninhalten widmen.

Mit dem Mood-Management-Ansatz wird ein berühmter Name in Verbindung gebracht: Dolf Zillmann. Seine Arbeiten zu dem Thema bilden noch heute die Grundlage der Theorie. Über Festingers Ansatz der selektiven Beanspruchung (selektive exposure) gelangt Zillmann zu dem Schluss, dass sich Menschen auf Basis ihrer Stimmung und dem Bedürfnis, diese zu regulieren, entweder aktivierenden oder beruhigenden Kommunikationsinhalten aussetzen. Das Individuum ist unbewusst stets darum bemüht, schlechte Stimmung zu vermeiden und gute Stimmung zu fördern. Daher wendet es sich intuitiv externen, regulierenden Stimuli zu. Gelingt es dem Individuum, mit einem externen Stimulus, wie z.B. einer Comedy-Sendung, seine mentale Verfassung positiv zu beeinflussen, so wird dieser Zusammenhang gelernt und zu einem späteren Zeitpunkt unter ähnlichen Bedingungen erneut angewandt. Zillmann betont jedoch, dass dieser Lernprozess keine zwingende Voraussetzung für erfolgreiche Stimmungsregulierung ist (vgl. Zillmann 1988a: 327ff).

Während das Individuum vor wenigen Jahren noch genötigt war, zum Zweck der Stimmungsregulierung sein Umfeld zu wechseln, indem es sich bspw. auf einen Spaziergang begeben hat, so besteht heute die Möglichkeit, per Knopfdruck in eine andere Welt zu gelangen: die Welt der Massenmedien (vgl. Zillmann 1988a: 330).

In dieser Welt wählt der/die Rezipient/in intuitiv aus einer Fülle von Inhalten und Botschaften jene aus, die am besten zu seiner/ihrer Gemütslage passen. Unterschiedliche Botschaften haben dabei unterschiedlichen Einfluss auf die Verfassung des Rezipienten bzw. der Rezipientin:

„This is to say that different types of messages affect different moods in different ways, but that the effect of a particular message type on a particular mood is consistent.“ (Zillmann 1988a:330f)

Zillmann bewertet den regulierenden Charakter von Medienbotschaften nach ihrem anregenden und vereinnahmenden Potenzial (excitatory/absorption potential), ihrer semantischen Affinität zur Stimmung des Rezipienten bzw. der Rezipientin sowie ihrer hedonistischen Valenz. Während das anregende Potenzial die kognitiv erregende Leistung einer Botschaft bezeichnet, versteht Zillmann unter dem vereinnahmenden Potenzial die absorbierende bzw. ablenkende Wirkung. Mit dem Begriff der semantischen Affinität beschreibt Zillmann die These, dass die Rezeption einer Botschaft stets die gegenteilige Gefühlslage hervorrufen muss, um die Stimmung effektiv zu regulieren. Ist das Individuum traurig, empfiehlt es sich, lustige Stimuli zu rezipieren – die semantische Affinität zwischen Gemütslage und Botschaft ist in dem Fall sehr gering. Widmet es sich jedoch traurigen Inhalten, kann die Stimmung nicht ausgeglichen, sondern sogar verschlechtert werden – die semantische Affinität zwischen Gemütslage und Botschaft ist in diesem Fall zu hoch. Die hedonistische Valenz von Medienbotschaften meint hingegen das Ausmaß der positiven Ausrichtung einer Botschaft (vgl. Zillmann 1988a: 331f). Zillmann dazu:

„Pleasant messages intervene in bad moods more effectively than unpleasant, disturbing ones (...); and, presumably, good moods are better maintained by exposure to pleasant rather than to unpleasant intervening stimulation.“ (Zillmann 1988a: 332)

Seine Thesen belegt Zillmann mit einer Reihe von Experimenten. Obwohl nicht alle Ergebnisse im Sinne der Mood-Management-Theorie ausfallen, gilt sie heute als empirisch relativ gut belegt (vgl. Wirth/Schramm 2006: 60).

Eine „echte Ergänzung“ (Wirth/Schramm 2006: 67) zu Zillmanns Ausführungen liefert Knobloch mit dem Mood-Adjustment-Ansatz. Nach Knobloch und Westerwick streben Individuen nicht danach, ihre Stimmung zu regulieren, sondern versuchen vielmehr, sie zu justieren, indem sie ihre soziale Situation sowie die aktuelle Tätigkeit einbeziehen.

„Oftentimes, not mood optimization, but mood adjustment, to current or upcoming situational requirements could guide mood regulation motives during media consumption.“
(Knobloch/Westerwick 2006: 250)

Sie veranschaulichen dies am Beispiel der Prüfungssituation. Das Individuum ist aufmerksam und hoch konzentriert, eine lustige oder gar sarkastische Gemütslage wäre einer solchen Situation abträglich. Daher wird sich das Individuum derartigen Stimuli auch nicht aussetzen (vgl. Knobloch/Westerwick 2006: 250f).

Die Verbindung zum Phänomen Unterhaltung ist bei der Mood-Management-Theorie relativ offensichtlich, versucht sie doch, die Selektion von unterhaltenden Angeboten zu erklären. Die Hedonismusprämisse nimmt dabei eine zentrale Rolle ein, denn erst aufgrund des Bedürfnisses, seine Stimmung hedonistisch zu managen, widmet sich der Mensch medialen Unterhaltungsangeboten bzw. strebt danach, Unterhaltung zu erleben. Das Bedürfnis nach Information stillt er mit anderen Formaten (vgl. Zillmann 1988b: 147ff). Wirth und Schramm betonen unter Bezugnahme auf Zillmanns Gedankengerüst:

„Die wohlüberlegte Nutzung von Unterhaltungsangeboten aus Motiven der informativen Nützlichkeit sei seiner Meinung nach allenfalls von sekundärer Bedeutung und von primärer Bedeutung für die Nutzung von Informations- und Bildungsangeboten.“ (Wirth/Schramm 2006: 72)

Wirth und Schramm gehen sogar einen Schritt weiter und klassifizieren die Mood-Management Theorie als typische Unterhaltungstheorie (vgl. Wirth/Schramm 2006: 59), da sie *„explizit auf extern begrenzte Stimulusarrangements von Unterhaltungsangeboten spezialisiert“* (Wirth/Schramm 2006: 72) ist.

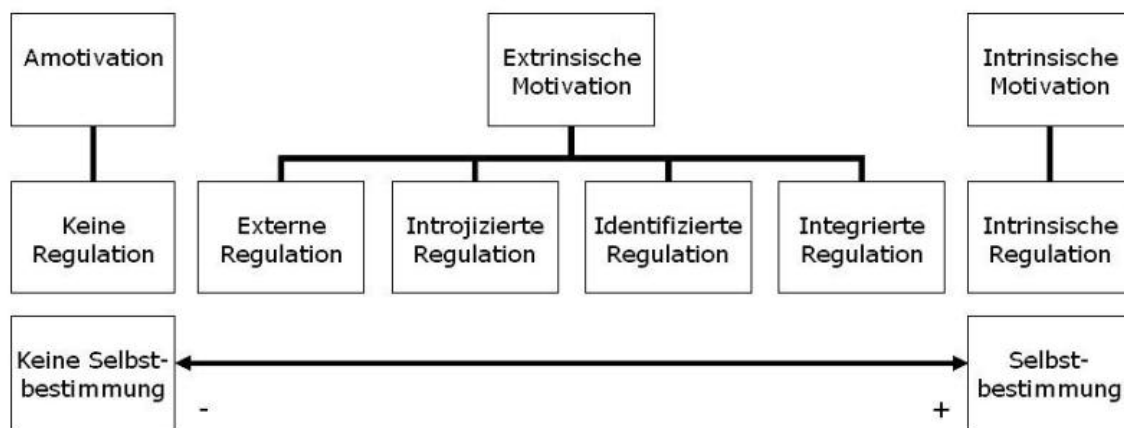
Self-Determination-Theorie (SDT)

Die Selbstbestimmungstheorie, wie sie auf Deutsch genannt wird, ist eine empirisch begründete Makrotheorie über Motivation, Entwicklung und Wohlbefinden des Menschen und geht auf die beiden Wissenschaftler Deci und Ryan zurück. Im Gegensatz zu anderen Motivationstheorien beruht die Selbstbestimmungstheorie auf der Annahme, dass es verschiedene Arten von Motivation gibt. So unterscheidet sie autonome, kontrollierte und amotivationale Formen und untersucht deren Auswirkungen auf die Leistungen des Individuums und sein Wohlbefinden (vgl. Deci/Ryan 2008b: 182).

Zu den autonomen Formen gehören die intrinsische und extrinsische Motivation. Eine intrinsisch motivierte Handlung wird aufgrund ihrer selbst gesetzt, eine extrinsisch motivierte Handlung hingegen zielt auf Leistung bzw. Schaffung eines Ergebnisses ab

(vgl. Deci/Ryan 2000: 71). Bei der Letztgenannten muss das Individuum jedoch den Wert der Handlung erkannt und in sein Selbstverständnis integriert haben. Ansonsten zählt die extrinsische Motivation zu den kontrollierten Formen, die von externen bzw. introjizierten Regulationen gekennzeichnet sind (vgl. Abb. 2). Das bedeutet, das Individuum ist aus Angst vor Bestrafung oder wegen des hohen gesellschaftlichen Drucks motiviert, eine Handlung zu setzen. Amotivation bildet den Gegenpol zu den beiden genannten Formen und bezeichnet den völligen Mangel jeglicher Handlungsintention (vgl. Deci/Ryan 2008b: 182f).

Abb. 2 Motivationsmodell nach Deci und Ryan



(Quelle: Deci/Ryan 2008a: 17)

Im Rahmen ihrer Untersuchungen konnten Deci und Ryan feststellen, dass autonom motivierte Handlungen einen höheren und besseren Output erzielen als kontrollierte. Weiters werden durch autonom motivierte Handlungen drei menschliche Grundbedürfnisse befriedigt: das Verlangen nach Kompetenz, menschlichen Beziehungen bzw. Akzeptanz und Selbstbestimmung. Daher tragen sie wesentlich zum Wohlbefinden des Menschen bei (vgl. Deci/Ryan 2008a: 17; Deci/Ryan 2008b: 182f). Hartmann betont, dass jedoch nicht jede autonome Handlung diese drei Grundbedürfnisse abdeckt. Das Individuum muss sich stets einer Herausforderung stellen, um schließlich in einem Prozess der Selbstelaboration die Bedürfnisbefriedigung zu erfahren (vgl. Hartmann 2006: 88f).

Versucht man nun, das Phänomen Unterhaltung in die SDT einzuordnen, so fällt dies auf den ersten Blick nicht leicht. Häufig wird Unterhaltung als intrinsisch motivierte Handlung definiert, was eine ähnliche Verortung innerhalb der SDT nahe legt. Worin bestünde dann die Herausforderung? Oder kann es sein, dass bei der positiven Bewältigung einer autonom gewählten Herausforderung immer Unterhaltung entsteht?

Hartmann betont, dass im Rahmen der SDT Unterhaltungserleben bei der Bewältigung selbst gewählter, mittelschwerer Herausforderungen eintritt. Das Individuum lernt dadurch seine eigenen Fähigkeiten besser kennen. Dieses Selbstkenntnis führt zu einer Erweiterung des Selbstbildes, was nach Hartmann als belohnend empfunden wird. In einem nächsten Schritt differenziert er sensorische, ästhetische, motorische, physische, kognitive und affektive Herausforderungen. Er betont, dass bei optimaler Ausprägung die Bewältigung dieser Herausforderungen stets unterhaltend wirkt (vgl. Hartmann 2006: 94).

„Die Bewältigung optimaler Herausforderungen trägt der SDT nach zum Unterhaltungserleben bei, wenn sie sich informierend und erweiternd auf die angestammten psychischen Grundbedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und sozialer Zugehörigkeit auswirken, die der Selbstelaboration zugrunde liegen.“ (Hartmann 2006: 94)

Nach Hartmann knüpft das Unterhaltungsverständnis der SDT an eine Reihe von kommunikationswissenschaftlichen Thesen an, wonach Unterhaltung als Folge von Selbstrealisierung, persönlicher Weiterentwicklung oder Identitätsarbeit definiert wird. Er erkennt weiters Parallelen zur Spieltheorie und Fröh'schen Triadisch-Dynamischen Unterhaltungstheorie (vgl. Hartmann 2006: 94f).

Konzentriert man sich jedoch auf das Unterhaltungserleben, das durch Film- bzw. Fernsehkonsum vermittelt wird, so zeichnet sich im Rahmen der SDT ein diffuses Bild ab. Hartmann bezeichnet die Filmrezeption als affektive bzw. kognitive Herausforderung, die bei optimaler Ausprägung über die Selbstelaboration des Individuums zu Unterhaltungserleben führen kann (vgl. Hartmann 2006: 90f). Deci und Ryan hingegen definieren die Rezeption von Film- und Fernsehangeboten als passive, apathische Handlung, die suboptimales menschliches Verhalten kennzeichnet. Sie vermuten, dass Menschen, die sich über längere Zeit hinweg dem Medium Fernsehen widmen, entfremden.

„Regardless of social strata or cultural origin, examples of both children and adults who are apathetic, alienated, and irresponsible are abundant. Such non-optimal human functioning can be observed (...) among the millions who, for hours a day, sit passively before their televisions (...).“ (Deci/Ryan 2000: 68)

Deci und Ryan verstehen dieses Verhalten als Folge der mangelnden Befriedigung der drei erwähnten Grundbedürfnisse. Die Rezeption von Film- und Fernsehformaten findet demnach nicht wegen des Unterhaltungserlebens statt, sondern gilt als Resignation oder Flucht. Wird der Mensch jedoch dazu motiviert, mehr autonome

Handlungen zu setzen, steigert sich sein Wohlbefinden und solche suboptimalen Verhaltensweisen werden abgelegt.

Unterhaltung als Beziehung zwischen Person und Objekt

Nach Wünsch zählt noch ein weiterer Ansatz zu den motivationalen Unterhaltungstheorien (vgl. Wünsch 2002: 34ff; Wünsch 2006: 43ff): Dehms Modell von Unterhaltung als Beziehung zwischen Person und Objekt (vgl. Dehm 1984: 80ff). Dehm definiert Unterhaltung als spezielle „*Qualität einer Beziehung zwischen Personen (p) und (Unterhaltungs-)Objekten (O)*“ (Dehm 1984: 80). Den Unterschied zu anderen Beziehungsformen markieren die spezifischen Eigenschaften der beteiligten Personen bzw. Objekte sowie die jeweilige Situation (vgl. Dehm 1984: 80).

Abb. 3 Unterhaltung als Beziehung



(Quelle Dehm 1984: 81; Wünsch 2006: 44)

Dehm betont, dass diese drei Komponenten von der soziokulturellen und ökonomischen Struktur einer Gesellschaft abhängen und Unterhaltung demzufolge als gesellschaftlich bedingt angesehen werden muss. Weiters attestiert Dehm Personen einen stärkeren Einfluss auf die Konstitution der Beziehung als Objekten (vgl. Dehm 1984: 81). So obliegt es dem Rezipienten zu beurteilen, was für ihn Unterhaltung ist und welche Sendungen er dieser Kategorie zuordnet. Unterhaltung ist demnach kein Objektmerkmal, sondern eine „*persönlichkeitsdeterminierte Objektzuweisung*“ (Dehm 1984: 84).

Weiters ist Unterhaltung nicht auf eine Tätigkeit beschränkt, sondern kann als wechselseitige Beziehung mit einer Vielzahl von Objekten entstehen. So unterscheidet Dehm mediale von nicht-medialen Objekten. Zu den medialen Objekten gehören Bücher, Hefte, Zeitschriften, Zeitungen, Hörfunk, Film und Fernsehen. Die nicht-medialen Objekte unterteilt sie in zwei Gruppen: Tätigkeiten, die vordergründig der sozialen Interaktion dienen (z.B. Freundschafts- oder Gaststättenbesuche, Gesellschaftsspiele, Ausflüge etc.), und Tätigkeiten, die um ihrer selbst willen durchgeführt werden (Musizieren, Sport betreiben, Basteln etc.).

Massenmediale Unterhaltung ist also nur eine von vielen Unterhaltungsoptionen (vgl. Dehm 1984: 83f).

Dehm erkennt viele Vorteile in ihrer Modellierung. Einerseits verfügt sie über integrativen Charakter, da viele Aspekte des Unterhaltungsbegriffs berücksichtigt werden können. Andererseits ist der Begriff aufgrund der klaren Konstruktion operationalisierbar. Dennoch stellt sich die Frage, weshalb Wünsch das Dehm'sche Modell zu den motivationalen Ansätzen zählt.

Wünsch gelangt zu dem Schluss, dass Dehm aufgrund der rezipientenorientierten Ausrichtung ihres Modells auf dem Uses-and-Gratifications-Ansatz aufbaut. Es geht ihr nicht darum, was das Objekt mit der Person macht, sondern was die Person dazu bewegt, mit dem Objekt eine Beziehung einzugehen, die als Unterhaltung bezeichnet werden kann. Zusätzlich greift Dehm methodisch, ganz in der Tradition des Uses-and-Gratifications-Ansatzes, auf die Selbstauskunft zurück (vgl. Wünsch 2002: 35):

„So wie diese davon ausgehen, dass den Rezipienten ihre Mediennutzungsmotive bewusst sind und man sie nur erfragen muss, geht Dehm davon aus, dass den Rezipienten bewusst ist, wann und mit welchen >>Objekten<< (z.B. Medieninhalten) sie sich unterhalten.“ (Wünsch 2002: 35)

Die Zuordnung zum Uses-and-Gratifications-Ansatz liegt jedoch recht nahe, da Dehm selbst immer wieder den Bezug zum Nutzenansatz, einer Erweiterung des Uses-and-Gratifications-Ansatzes, herstellt (vgl. Dehm 1984: 84).

2.2.3) Emotionstheoretische Ansätze

Emotionen können in allen drei Phasen des Rezeptionsprozesses auftreten: in der Zuwendungsphase, in der emotionale Erwartungen geschürt werden, in der Interaktionsphase, in der das Individuum mit vielfältigen Gefühlen auf die Mitteilung reagiert, und in der Aneignungsphase, in welcher Emotionen schließlich verarbeitet werden. Die emotionstheoretischen Unterhaltungsansätze legen den Fokus jedoch auf den zweiten Abschnitt, die Interaktionsphase (vgl. Eder 2007: 256f).

Bevor jedoch die einzelnen Ansätze vorgestellt werden, gilt es, ein paar grundlegende Überlegungen anzustellen. So stellt sich die Frage, was unter einer Emotion zu verstehen ist. Kleinginna und Kleinginna setzten sich mit insgesamt 92 verschiedenen Definitionen des Begriffs Emotion auseinander und gelangen zu dem Schluss:

„Emotion ist ein komplexes Interaktionsgefüge, subjektiver und objektiver Faktoren, das von neuronal/hormonalen Systemen vermittelt wird, die (a) affektive Erfahrungen, wie Gefühle der Erregung oder Lust/Unlust, bewirken können; (b) kognitive Prozesse, wie emotional relevante Wahrnehmungseffekte,

Bewertungen, Klassifikationsprozesse, hervorrufen können; (c) ausgedehnte physiologische Anpassungen an die erregungsauslösenden Bedingungen in Gang setzen können; (d) zu Verhalten führen können, welches oft expressiv, zielgerichtet und adaptiv ist.“ (Kleinginna/Kleinginna 1981: 355)

Demnach bezeichnet der Begriff Emotion das wechselseitige Aufeinandereinfließen subjektiver und objektiver Faktoren, wodurch die Affektion, Kognition, Konation und Physiologie des Individuums beeinflusst werden.

In den Human- und Sozialwissenschaften werden die emotionstheoretischen Ansätze häufig einer dieser vier Komponenten schwerpunktmäßig zugeordnet. Die physiologischen Ansätze sprechen den neurologischen Auswirkungen von Emotionen mehr Gewicht zu als den affektiven, kognitiven oder konativen. Im Mittelpunkt steht meist das sympathische Nervensystem, dessen Reaktion als Grundlage von Emotionen gilt. Eine weitere Gruppe bilden jene Theorien, die vor allem kognitive und affektive Prozesse für Emotionen verantwortlich sehen. Dazu gehören der Appraisal-, der Dispositions- und der Involvement-Ansatz. Eine nächste Kategorie bilden die sozialkonstruktivistischen Emotionstheorien. Sie fassen Emotionen als *„sozial geprägte Rollen- und Bedeutungsmuster auf“* (Bartsch/Eder/Fahlenbrach 2007: 12), die den sozialen Austausch und die Kommunikation innerhalb einer Gesellschaft lenken (vgl. Mangold 2007: 171ff; Wirth/Schramm/Böcking 2006: 223; Bartsch/Eder/Fahlenbrach 2007: 11).

Von einer strikten Trennung der Ansätze kann jedoch keine Rede sein, da die einzelnen Komponenten oft nur unterschiedlich gewichtet oder mit verschiedenen Attributen versehen werden. Aus diesem Grund kann man eine derartige Kategorisierung im Rahmen der weiteren Ausführungen vernachlässigen. Im Folgenden werden schlichtweg jene Emotionstheorien näher betrachtet, die sich auf das Phänomen Unterhaltung beziehen lassen oder dieses gar direkt behandeln. Dazu gehören die Excitation-Transfer-Theorie, der Empathie-Ansatz, die Appraisal-Theorie, der Involvement-Ansatz sowie die Theorie von Unterhaltung als audiovisuelle Emotion bzw. Metaemotion.

Excitation-Transfer-Theorie

Die Excitation-Transfer-Theorie wurde auf Basis der Zwei-Faktoren-Theorie der Emotion von Schachter und Singer entworfen. Ausgehend von der Annahme, dass physiologische Reaktionen nicht ausreichen, um Emotionen zu erzeugen, entwerfen die beiden Psychologen ein Modell, das aus zwei Faktoren besteht: Kognition und physiologische Erregung. Gemeinsam bilden sie die Grundlage jeglichen emotionalen Erlebens:

„(...) an emotional state may be considered a function of a state of physiological arousal and a cognition appropriate to this arousal. The cognition, in a sense, exerts a steering function.“
(Schachter 1964: 139)

Schachter ist überzeugt, dass körperliche Erregung (erhöhter Pulsschlag, erhöhte Herz- und Atemfrequenz etc.) ein konstituierender Bestandteil jeder Emotion ist. Sie steuert die Intensität einer Emotion, gibt aber keine Auskunft über ihre Natur bzw. Qualität. Dies geschieht erst durch die situationsspezifische Kognition (vgl. Schachter 1964: 139ff).

Die Entstehung einer Emotion lässt sich im Normalfall wie folgt beschreiben: Die Wahrnehmung eines Ereignisses aktiviert vorhandenes Wissen um dasselbe. Aufgrund dieses Wissens wird das Ereignis emotionsrelevant eingeschätzt. Diese Einschätzung löst physiologische Erregung aus. Das Individuum kann diese Erregung richtig zuordnen – es kennt den Ursprung –, was schließlich zur Entstehung einer Emotion wie bspw. Furcht führt (vgl. Meyer/Reisenzein/Schützwohl 2001: 181).

Schachter und Singer beschreiben jedoch auch einen Sonderfall der Emotionsentstehung. Dieser beginnt mit der Wahrnehmung physiologischer Erregung. Das Individuum kann diese Erregung jedoch auf keinen Ursprung zurückführen, weshalb es sich auf die Suche nach einem plausiblen Grund begibt (vgl. Schachter 1964: 141). Meist wird dieser in der direkten Umgebung vermutet:

„It is suggested, of course, that he will label his feelings in terms of his knowledge of the immediate situation. Should he at the time be with a beautiful woman he might decide that he was wildly in love or sexually excited.“ (Schachter 1964: 141)

Findet das Individuum eine plausible Erklärung für die Erregung, so entsteht eine Emotion. Anhand einer Serie von Experimenten versuchen die beiden Wissenschaftler, den Normal- und Sonderfall ihrer Zwei-Faktoren-Theorie empirisch zu belegen – mit wenig Erfolg. Partiiell weisen ihre Ergebnisse keinen signifikanten Unterschied zu jenen der Kontrollgruppe auf (vgl. Schachter 1964: 150ff). Dennoch geben sie mit ihrem Ansatz den Anstoß für eine Reihe weiterer Forschungsprojekte. So greift Zillmann den Sonderfall der Emotionsentstehung nach Schachter und Singer auf und verdichtet ihn zu seiner Excitation-Transfer-Theorie. Von der Annahme ausgehend, dass physiologische Erregung langsamer abklingt, als vom Individuum wahrgenommen, konstatiert Zillmann, dass die Unterscheidung zwischen aktueller und vorhergehender Erregung nicht möglich ist. Dadurch entsteht eine Überlappung der Erregungszustände, die schließlich zu einer Steigerung der aktuellen Emotionsintensität führt:

„The theory involves the assumptions that (a) critical components of an excitatory response decay relatively slowly and often remain operative after the individual has adjusted cognitively to novel stimulation and (b) the individual characteristically does not distinguish between the portions of his excitation that are due to prior arousal and those that are caused by present stimulation.” (Cantor/Zillmann/Bryant 1975: 69)

Die Übertragung von Zuständen der Resterregung auf die Einschätzung eines neuen Ereignisses führt so zu einer Überbewertung desselben, wodurch das Individuum die attributierte Emotion intensiver empfindet. Die Resterregung wird aus Unwissenheit additiv dem neuen Ereignis zugerechnet. In Summe reagiert das Individuum wesentlich emotionaler (vgl. Zillmann 1974: 782ff; Zillmann 1975: 69ff; Zillmann 1991a: 116ff). Zillmann orientiert sich zwar explizit an der Zwei-Faktoren-Theorie von Schachter und Singer (vgl. Zillmann 1974: 738; Zillmann 1975: 69), erweitert diese jedoch um eine zusätzliche Komponente: die individuelle Disposition.

„Three-factor theory distinguishes between dispositional, excitatory, and experiential components of emotion. Both the dispositional and excitatory components integrate reflexive response tendencies with reactions acquired through learning, whereas the experiential component involves cognition in the service of behavioural guidance and response correction.” (Zillmann 2006a: 222)

Die kognitive Attribution von Resterregung bezeichnet er dabei als Fehlfunktion, die das Individuum als solche nicht wahrnimmt. Besonders häufig tritt sie bei der Rezeption von Film- und Fernsehformaten auf, da hier die Verlaufsdynamik deutlich ausgeprägter ist als im täglichen Leben. Die Zeitreihe der Ereignisse wird bei narrativen Film- und Fernsehformaten stark verdichtet, wodurch die Überlappung der Erregungszustände gefördert wird (vgl. Zillmann 2006a: 221ff). Anhand der Emotion Vergnügen, die er überwiegend durch unterhaltende Genres (z.B. Drama, Thriller, Comedy) vermittelt sieht, untersucht Zillmann, ob seine These zutrifft. Er gelangt zu dem Schluss, dass auch diese Emotion stärker ausgeprägt ist, wenn die verbleibenden Erregungskomponenten von vorhergehenden Szenen dem aktuellen Stimulus zugerechnet werden.

Versuchte man das Phänomen Unterhaltung im Licht der Excitation-Transfer-Theorie zu betrachten, so müsste es in erster Linie als Emotion bestehend aus drei Komponenten definiert werden: einer Dispositionskomponente, die das Verhalten maßgeblich steuert, einer Erregungskomponente, welche die energetische Grundlage schafft, und einer Erlebenskomponente, die bewusst gewordenes emotionales

Verhalten überwacht, beurteilt und notfalls korrigiert (vgl. Wirth/Schramm/Böcking 2006: 227). Aufgrund der komprimierten Zeitreihe und der damit einhergehenden Überlappung von Erregungszuständen würden sich besonders narrative Film- und Fernsehformate zur Erzeugung intensiver Unterhaltungsemotionen eignen.

Zillmann beschäftigt sich mit dem Begriff Unterhaltung allerdings nur am Rande seiner Untersuchungen. Vielmehr analysiert er Phänomene, wie medial vermittelte Spannung, Angst und Heiterkeit, sowie deren Potenzial, Vergnügen zu bereiten. Blickt man jedoch über etwaige Begriffsunstimmigkeiten hinweg, könnte man konstatieren, dass er sich mit medial vermitteltem Unterhaltungserleben auseinandersetzt. Die Excitation-Transfer-Theorie würde aus dieser Perspektive eine Erklärung für die individuell wahrgenommene Intensität des Unterhaltungserlebens bieten. Damit wäre nachvollziehbar, warum manche Medieninhalte subjektiv mehr Vergnügen bereiten als andere. Gleichzeitig wird jedoch nur ein kleiner Aspekt des komplexen Konstrukts Unterhaltung sichtbar. Obwohl es diesen Aspekt nicht zu unterschätzen gilt, kann er das Phänomen nicht hinreichend erklären.

Empathie als konstituierendes Unterhaltungselement

Empathie beschreibt eine emotionale Reaktion auf die Wahrnehmung von Freud und Leid eines anderen Menschen (vgl. Batson et al. 1997: 105). Häufig werden Begriffe, wie Mitgefühl oder Einfühlungsvermögen, synonym verwendet. Sie beziehen sich jedoch meist auf negativ attributierte Erlebnisse, während Empathie auch positive Emotionen, wie Freude, Spaß und Glücksgefühle, einschließt.

Empathie ist ein Phänomen, das ebenfalls durch die Arbeiten von Zillmann Eingang in die Medien- und Kommunikationswissenschaft gefunden hat. Er definiert es als Emotion und entwirft in Anlehnung an sein bereits beschriebenes Emotionsmodell eine Drei-Faktoren-Theorie der Empathie. Demnach besteht sie aus einer Dispositions-, Erregungs- und Erlebenskomponente. Die Dispositionskomponente setzt sich aus reflexiven und erlernten motorischen Reaktionen zusammen, die sowohl auf hochgradig ikonische (z.B. Cineastik, Fotografie) als auch nicht-ikonische (z.B. Zeichen, Symbole) Darstellungen von Emotionen anderer Menschen folgen. Zillmann spricht in diesem Zusammenhang auch von unkonditionierten und konditionierten motorischen Reaktionen. Die Erregungskomponente hingegen umfasst alle neurologischen Vorgänge. Die Erlebenskomponente wiederum setzt sich aus drei Subkomponenten zusammen: jenen Prozessen, die (a) angemessenes Verhalten, (b) korrigierende und (c) gefühlsbezogene Reaktionen hervorrufen. Angemessenes empathisches Verhalten setzt voraus, dass dem Beobachter seine Reaktionen bewusst sind und er sie richtig zuordnen kann (z.B. Mitgefühl statt Trauer). Unterbewusst wird ständig überprüft, ob das Verhalten den sozialen und

moralischen Standards entspricht. Fällt das Urteil negativ aus, gelangen korrigierende Mechanismen zum Einsatz. Für das Hervorrufen der Gefühle reicht bereits die Vorstellung einer spezifischen Situation aus, die konditioniertes Verhalten herbeiführt (vgl. Zillmann 1991b:148ff; Zillmann 2006b: 163ff).

Im Rahmen seiner Untersuchungen gelangt Zillmann zu dem Schluss, dass Empathie bei der Rezeption von spannenden wie auch traurigen Film- und Fernsehsendungen konstituierender, aber nicht alleiniger Bestandteil des Unterhaltungserlebens ist (vgl. Zillmann 1980: 143). Diese These scheint auf den ersten Blick widersprüchlich, da Empathie häufig negative Gefühle, wie Trauer, Angst und Wut, spiegelt.

Bryant und Miron erklären dieses Paradoxon wie folgt: Empathische Anteilnahme an negativen Emotionen führt zu affektiven Spannungen, die aus mehreren Gründen unterhaltend wirken können. Einerseits verhelfen sie dem Individuum im Sinne der Mood-Management-Theorie zu einem Ausgleich des Stimmungshaushalts. Andererseits erhöhen sie im Sinne der Excitation-Transfer-Theorie den Erregungszustand, wodurch die befreiende Wirkung der Auflösung viel intensiver empfunden wird (vgl. Bryant/Miron 2002: 571).

„(...) residues of excitation from empathetic distress and/or from the response to the threatening stimuli persist through resolution and intensify the euphoric experience that is evoked by these resolutions. Because the magnitude of residual excitation is greater the more intense the distressful experience, it follows that the enjoyment of satisfying resolutions will be more intensified the greater (and more immediate) the preceding distress reaction.“ (Bryant/Miron 2002: 571)

Daraus folgt, je mehr das Publikum mit den Protagonisten mitleidet, desto ausgeprägter ist das Unterhaltungserleben, denn *„great enjoyment rides on the back of great distress“* (Bryant/Miron 2002: 571).

Früh und Wünsch kritisieren, dass Zillmann Empathie als *„inhaltsleeren Mechanismus“* (Früh/Wünsch 2009: 194) modelliert, der lediglich dazu dient, Emotionen auf den Beobachter zu übertragen. Sie entwerfen in Anlehnung an Schwab einen eigenen Empathiebegriff, den sie als komplexes Konstrukt kognitiver und emotionaler Aspekte bezeichnen.

„Nach unserer Auffassung stellt Empathie ein Konzept dar, das kognitive Perspektivenübernahme, kognitive Bewertungsprozesse und Emotionen in spezifischer Weise verbindet.“ (Früh/Wünsch 2009: 195)

Die Fähigkeit, sowohl die eigene Position als auch die Perspektiven eines anderen Menschen zu übernehmen, ist Voraussetzung für jegliche empathische Regung. Wird dieser Perspektivenwechsel nicht nur kognitiv, sondern auch emotional vollzogen, so kann echtes Mitgefühl entstehen. Dieses unterscheidet sich dank des kognitiven Bewertungsprozesses grundlegend von der beobachteten Emotion. Es wäre schließlich nicht sinnvoll, wenn der empathische Beobachter dieselben Gefühle empfinden würde wie der trauernde. Die Funktion von Empathie bestehe darin prosoziales Verhalten bzw. Solidarität zu bekunden (vgl. Früh/Wünsch 2009: 193f). Früh und Wünsch konstatieren, dass Empathie ein facettenreiches Phänomen ist, das in Bezug auf die mediale Vermittlung andere Ausformungen annimmt als im realen Leben. So betonen die Autoren, dass empathische Reaktionen im Alltag keine Rückschlüsse auf die Empfindungen während eines Rezeptionsprozesses zulassen. Medienempathie ist vielmehr eine systematische, mediencharakteristische Ausprägung von Empathie, die sich vor allem durch geringere Intensität auszeichnet (vgl. Früh/Wünsch 2009: 212f). Diese These steht in Widerspruch zu Zillmann's Excitation-Transfer-Theorie, konnte jedoch von Früh und Wünsch in einer ersten Untersuchung bestätigt werden. Dennoch betonen sie, dass es ihre These im Rahmen weiterer Forschungsprojekte zu bestätigen gilt und eine eigene Operationalisierung des Konstrukts entwickelt werden müsse (vgl. Früh/Wünsch 2009: 213).

Appraisal-Theorie

Unter dem Begriff Appraisal werden jene Theorien zusammengefasst, die von der Annahme ausgehen, dass Emotionen als Ergebnis eines Bewertungsprozesses entstehen. Objekte, Ereignisse und Situationen werden kognitiv beurteilt, dadurch werden Emotionen hervorgerufen, die dem Individuum ermöglichen, angemessen zu reagieren (vgl. Wirth/Schramm/Böcking 2006: 229). Roseman und Smith entwerfen sieben allgemeine Prämissen, die jedem Appraisal-Ansatz zugrunde liegen:

- 1) Emotionen werden auf Basis eines kognitiven Bewertungsprozesses differenziert.
- 2) Unterschiede in emotionalem Verhalten rühren von verschiedenen, individuellen Bewertungsprozessen her.
- 3) Situationen, in denen die gleichen Bewertungsmuster angewandt werden, rufen auch dieselben Emotionen hervor.
- 4) Bewertungsprozesse lösen immer Emotionen aus.
- 5) Auf Basis des Bewertungsprozesses kann das Individuum emotional angemessen auf eine Situation reagieren.

- 6) Widersprüchliche, unfreiwillige oder unangemessene Bewertungsprozesse zeichnen verantwortlich für irrationales emotionales Verhalten.
- 7) Entwicklungsbedingte oder klinisch indizierte Veränderungen der Bewertungsmuster können zu Veränderungen des emotionalen Verhaltens führen (vgl. Roseman/Smith 2001: 6ff).

Ursprünglich aus der Psychologie stammend wurde der Appraisal-Ansatz auch auf medial vermittelte Emotionen bezogen. Einen der bekanntesten Versuche unternimmt Scherer, indem er der Bewertung medial vermittelter Ereignisse ähnliche, aber nicht identische emotionale Wirkungen attestiert wie den direkt erfahrbaren Situationen. Die Unterschiede ergeben sich vor allem auf Basis der individuellen Relevanz der dargestellten Ereignisse und der Tatsache, dass die Erfahrung gleichzeitig mit einer Vielzahl anderer Personen geteilt wird (vgl. Scherer 1998: 277).

Um den Unterschied zu betonen, spricht Scherer von medial vermittelten Kommotionen. Damit schafft er jedoch nicht, wie der erste Eindruck vermuten lässt, ein Kompositum aus (medialer) Kommunikation und Emotion, sondern führt den seit Descartes vernachlässigten lateinischen Begriff der *commotio* wieder ein, der so viel wie Erregung, Aufregung oder Affekt bedeutet. Kommotionen können nach Scherer auf drei Weisen entstehen: durch Empathie, Ansteckung oder Induktion. Empathie bezeichnet Scherer als Prozess des Nachvollziehens einer Situationsbewertung einer Persona bzw. eines Protagonisten. Ansteckung ist hingegen ein Phänomen, das aus zwei Teilprozessen besteht: der motorischen Nachahmung und der peripheren Rückkoppelung. Die Wahrnehmung eines Ausdrucks einer medialen Person führt demnach zu nachahmendem Verhalten, das aufgrund einer speziellen Rückkoppelung an kortikale Strukturen selbstverstärkend wirkt. Induktion wiederum meint das Injizieren von Emotionen durch die expressiven Eigenschaften medialer Inhalte. Auch Mischformen können Kommotionen auslösen, wie z.B. eine Interaktion von Empathie und Ansteckung (vgl. Scherer 1998: 280ff):

„So könnte das über ein Medium vermittelte Ausdrucksverhalten einer Person über die Stationen der Aufmerksamkeitserregung und Ansteckung zu empathischem Nachvollziehen der angenommenen emotionsantezedenenten Bewertungsprozesse des Senders führen.“ (Scherer 1998: 284)

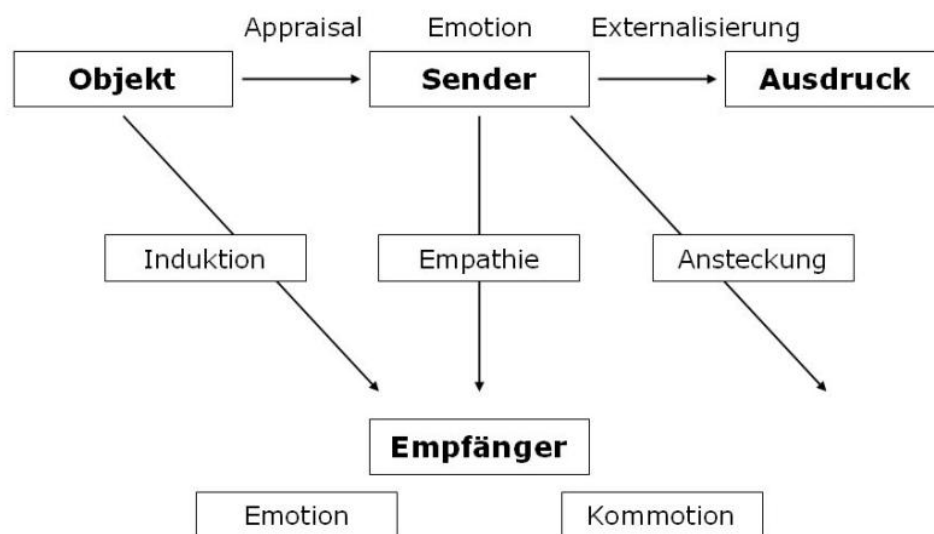
Während Empathie und Ansteckung als emotionale Reaktion auf reale, medial vermittelte Ereignisse zu erwarten sind, findet Emotionsinduktion überwiegend bei der Rezeption fiktionaler Stimuli statt (vgl. Scherer 1998: 284).

Weiters ist Scherer überzeugt, dass sich im Zuge massenmedialer Interaktionen eine Subklasse von Emotionen herausbildet, die durch die spezifischen Eigenschaften des

jeweiligen Mediums bedingt sind. Als Beispiel führt er die Kommunikation via E-Mail an, die aufgrund des informellen Charakters häufig zu Verständigungsproblemen führt und in Folge negative Emotionen auslöst (vgl. Scherer 1998: 278).

Schließlich betont Scherer, dass im Rahmen des Bewertungsprozesses medialer Stimuli auch normale Emotionen entstehen können. Wird bspw. im Fernsehen eine Nulllohnrunde für Beamte angekündigt, kann man davon ausgehen, dass jene Beamten, die diese Information rezipieren, richtige Emotionen, wie Ärger oder Frustration, empfinden (vgl. Scherer 1998: 281).

Abb. 4 Emotionsauslösung durch Mediendarstellungen



(Quelle: Scherer 1998: 281)

Scherer beschäftigt sich nicht direkt mit dem Phänomen Unterhaltung, aber mit medial vermittelten Emotionen. Dabei handelt es sich um weniger intensiv empfundene, meist positive Emotionen, die Scherer zur klareren Unterscheidung als Mit-Emotionen oder Kommotionen bezeichnet. Im Rahmen der Rezeption fiktionaler Inhalte werden sie durch Induktion, bei herausragenden schauspielerischen Leistungen auch durch Ansteckung hervorgerufen. Es handelt sich demnach nicht um echte Emotionen, sondern um eingepfote oder übertragene Gefühle. Das Individuum ist sich dieser Tatsache bewusst, was wahrscheinlich die Grundlage jeglichen Unterhaltungserlebens bildet. Dennoch erleben die Rezipienten nicht Unterhaltung, sondern Freude, Spaß, Spannung, Trauer etc.

Eine Theoriefamilie, die zu den Appraisal-Ansätzen zählt und sich direkt mit medial vermittelter Unterhaltung beschäftigt, sind die Dispositionstheorien (vgl. Wirth/Schramm/Böcking 2006: 231). Im Kern der Dispositionstheorien steht die Annahme, dass das Unterhaltungserleben der Zuschauer von den Emotionen

abhängt, die sie den Mediencharakteren entgegen bringen. Diese entstehen im Rahmen eines Bewertungsprozesses, indem die Ereignisse sowie die Handlungen der Figuren moralisch beurteilt werden. Fiktionale Medienangebote zeichnen sich besonders durch verstrickte, konfliktreiche Inhalte aus, wodurch die moralische Bewertung zusätzlich gefördert wird. Das Spektrum der emotionalen Attribution ist von Mensch zu Mensch unterschiedlich und reicht dabei von extrem positiven bis zu extrem negativen Gefühlen (vgl. Raney 2006: 144ff). Raney betont, dass gerade die Dispositionstheorien diese individuellen Unterschiede berücksichtigen:

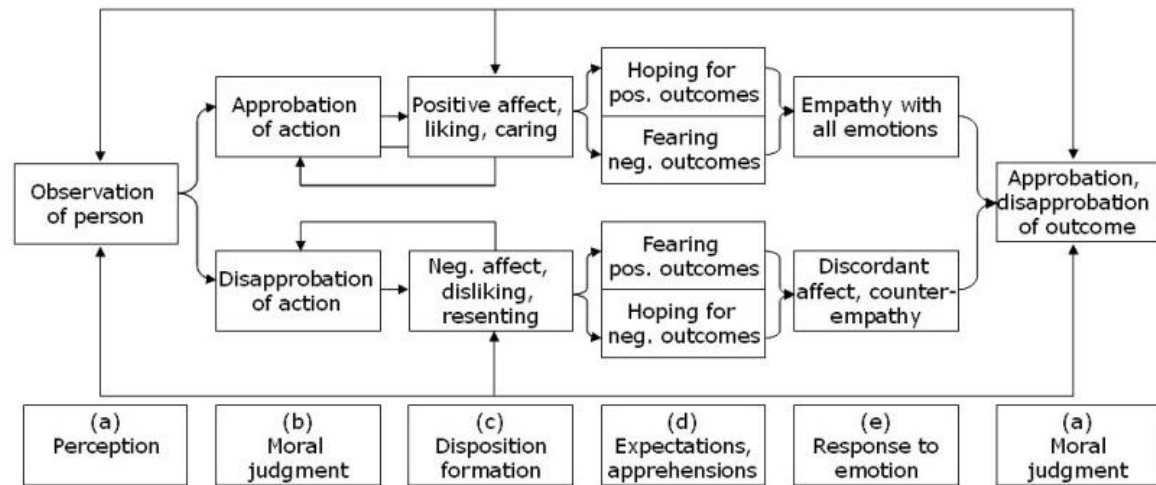
„Disposition-Based Theories Further Acknowledge and Rely Upon the Differences Between Individuals in Terms of Emotional Responsiveness, Personal Experience, Basal Morality, and Countless Other Psychological and Social-Psychological Factors.“ (Raney 2006: 148)

Zillmann und Bryant werden mit ihrer affektiven Dispositionstheorie häufig als Gründerväter dieser Theoriefamilie gehandelt. Sie unterstreichen die Bedeutung der affektiven Haltung gegenüber den interagierenden Parteien, speziell in konfliktgeprägten Situationen. Das Unterhaltungserleben beruht jedoch nicht auf der Rezeption des Konflikts, sondern auf seiner Lösung und den Folgen für die beteiligten Parteien:

„It depends on how much those who come out on top are liked and loved and on how much those who come out on the short end are disliked and hated.“ (Zillmann/Bryant 2002: 407)

Diese affektiven Dispositionen entstehen, so Zillmann und Bryant, durch die moralische Bewertung der Handlungen in Form von Anerkennung bzw. Befürwortung oder Ablehnung und Missbilligung. Während Anerkennung einer Partei zu positiven Emotionen führt, die den Rezipienten auf eine Lösung des Konflikts im Sinne dieser Partei hoffen lassen, evozieren Ablehnung und Missbilligung genau das Gegenteil (vgl. Abb. 5). Das Mitfiebern und Hoffen führt im positiven Sinn zu empathischen und im Negativen zu counter-empathischen Gefühlsreaktionen, die das Unterhaltungserleben zusätzlich verstärken (vgl. Zillmann/Bryant 1986: 312f; Zillmann/Bryant 1994: 447ff; Zillmann/Bryant 2002: 408).

Abb. 5 Entstehung affektiver Dispositionen nach Zillmann



(Quelle: Zillmann/Bryant 2002: 409)

Vor allem bei der Rezeption von Sportereignissen, ob vor dem Fernseher oder in einem Stadion, lassen sich die affektiven Mechanismen des Unterhaltungserlebens sehr gut veranschaulichen. Sportfreunde favorisieren meist eine bestimmte Mannschaft und lehnen aus vielerlei Gründen (vorhergehende Besiegung, Regelbruch, ungerechter Schiedsspruch etc.) eine bestimmte andere Mannschaft ab. Triumphiert die favorisierte Mannschaft über die missfallene, erreicht das Unterhaltungserleben seinen Höhepunkt. Verliert sie jedoch, handelt es sich nach Zillmann und Bryant um ein „*event that can make grown men cry*“ (Zillmann/Bryant 2002: 410). Dennoch ist das Unterhaltungserleben nicht auf Sportstimuli beschränkt. Drama, Thriller und Comedy lassen ähnliche Bewertungsmuster zu und wirken daher ebenso unterhaltend wie Sport (vgl. Zillmann/Bryant 1986: 315ff; Zillmann/Bryant 1994: 452ff; Zillmann/Bryant 2002: 410ff).

Die affektive Dispositionstheorie wurde im Rahmen einer Vielzahl wissenschaftlicher Arbeiten überprüft und bestätigt. Weiters wurde sie in den unterschiedlichsten Genres und Publika angewandt, sodass Vorderer sie als „*brauchbarste, verfügbare Theorie der Unterhaltung*“ (Vorderer 2003: 119) bezeichnet.

Unterhaltung durch Involvement

Das Konzept des Involvements bzw. der Involviertheit ist ähnlich komplex wie das der Unterhaltung. Es gibt eine Reihe von Ansätzen (Judgement Theory, Elaboration Likelihood Model etc.), die sich mit dem Phänomen beschäftigen, aber eine einheitliche Definition ist nicht verfügbar. Gemein ist den Ansätzen jedoch, dass sie von einer mehr oder weniger intensiven inneren Beteiligung des Rezipienten bzw. der Rezipientin im Rahmen der Verstehenshandlung ausgehen (vgl. Wirth 2006: 296f).

Schenk betont, dass Involvement dabei in allen drei Rezeptionsphasen auftreten kann. In der Zuwendungsphase äußert sich dies durch gewisse Erwartungen an den Medieninhalt. Besonders hoch ist der präkommunikative Involvementgrad bei seriellen Formaten, da sie den Rezipienten dazu verleiten, über die Geschehnisse der nächsten Ausgabe zu spekulieren. Während der Interaktionsphase drückt sich das Involvement durch eingehende Decodierung und Interpretation der Botschaften aus, wodurch sie vom Rezipienten intensiver und bewusster wahrgenommen werden. In der Aneignungsphase spricht Schenk von „*Postexposure-Involvement*“ (Schenk 2007: 656) und beschreibt die postrezeptiven Wirkungen hoher Involviertheit. So betont er, dass sich der involvierte Rezipient oft längerfristig mit Botschaften oder Persona identifiziert und seine Fantasiebildung angeregt wird (vgl. Schenk 2007: 655f).

Wirth unterscheidet zwei Formen von Involvement: eine latente, lang anhaltende und eine spontane, situationsabhängige Form. Während die Erstere auf Objekte gerichtet ist, die bestehende, persönlich relevante Werte und Normen aktivieren, orientiert sich die zweite Form an Gegenständen, die der Befriedigung kurzfristiger Ziele und Bedürfnisse dienen (vgl. Wirth 2006: 202).

Darüber hinaus konstatiert Wirth, dass sich im Fachdiskurs eine dreiteilige Gliederung des Begriffs durchgesetzt hat. Demnach besteht Involvement aus einer kognitiven, einer affektiven und einer konativen Komponente, die er wie folgt umschreibt:

„In summary, cognitive involvement is conceptualized in the literature as active and intensive information processing which extends from perception and attention to intensive thinking, elaboration and recall. Basically, in the context of cognitive involvement, we are talking about elaborative activities. Affective or emotional involvement is the sensation of intense feelings or affective statements. In this context, conative involvement specifically means the search for information in media and the interpersonal exchange of information about a topic.“ (Wirth 2006: 204)

Kognitive Involviertheit bezieht sich demnach auf den Prozess der Informationsverarbeitung. Zwei zentrale Voraussetzungen für hohes kognitives Involvement sind Wahrnehmung und uneingeschränkte Aufmerksamkeit. Nutzt ein Rezipient ein Medium nur nebenbei, so spricht man von niedrigem Involvement. Die affektive Komponente steht für das emotionale „*Mitleben*“ (Mikos/Eichner 2006: 297) und die konative umfasst intentionales Verhalten sowie zwischenmenschliche Kommunikation über das Involvementobjekt.

Worin besteht nun die Verbindung zwischen Involvement und Unterhaltung? Mikos und Eichner veranschaulichen den Zusammenhang anhand einer Studie zur äußerst erfolgreich verfilmten Trilogie „Herr der Ringe“. Sie betonen, dass im Rahmen der

Rezeption fiktionaler Medienstimuli Involvement auf drei verschiedene Objekte gerichtet sein kann: 1) die Filmfiguren, was in der Kommunikationswissenschaft auch als parasoziale Interaktion bezeichnet wird, 2) die Narration und Dramaturgie des Films sowie 3) die Action und Spezialeffekte (vgl. Mikos/Eichner 2006: 298). Vor allem die letzten zwei Objekte gelten als typische Bestandteile einer Reihe unterhaltender Genres (z.B. Thriller, Drama, Fantasy etc.). Wie wird jedoch der/die Rezipient/in durch diese derart vereinnahmt? Mikos und Eichner dazu:

„Die Erzählung verknüpft Akteure, Handlungen und Situationen kausal zu einer Geschichte. Die Dramaturgie gestaltet diese Geschichte, um sie für die Zuseher interessant zu machen und diese durch interpretierende Prozesse in die Geschichte einzubinden.“ (Mikos/Eichner 2006: 298)

Narration und Dramaturgie verlangen vom Rezipienten eine Interpretation der Ereignisse. Durch diese kognitive Aktivität wird der Zuschauer in das Geschehen involviert. Action und Spezialeffekte hingegen dienen der *„Überwältigung der Rezipienten mit Schauwerten“* (Mikos/Eichner 2006: 298). Sie steigern den visuellen Reiz, wodurch die Zuschauer die *„Welt um sich herum vergessen“* (Mikos/Eichner 2006: 298). Welche dieser drei Objekte bevorzugt werden, hängt von den Präferenzen und dem Vorwissen der Zuschauer ab. So konnten Mikos und Eichner feststellen, dass jene Proband/innen, die „Herr der Ringe“ bereits in Buchform kannten, eher durch die Narration und Dramaturgie gefesselt wurden als durch die Medienfiguren. Weiters konnten sie nachweisen, dass präfiguratives Wissen die Einbindung der Rezipient/innen zusätzlich stärkt. Ein Faktum, das vielleicht im Hinblick auf die Rezeption von Serien über erklärendes Potenzial verfügt (vgl. Mikos/Eichner 2006: 317f).

Demnach begünstigen vor allem unterhaltende, fiktionale Medienstimuli, wie Film- und Fernsehformate, Involvement. Dies soll jedoch nicht bedeuten, dass Unterhaltung mit Involvement gleichzusetzen ist. Wirth stellt fest, dass beide Konzepte zwar artverwandt, aber nicht identisch sind. Unterhaltung kann sowohl mit niedrigem als auch mit hohem Involvement entstehen. Unterhaltende Fernsehprogramme verlangen vom Publikum bei Weitem nicht denselben Grad an Aufmerksamkeit wie Involvement (vgl. Wirth 2006: 209). Dennoch liegt die Vermutung nahe, dass Involvement vielleicht in Zusammenhang mit der Qualität des Unterhaltungserlebens steht. So könnte man annehmen, dass der Unterhaltungsfaktor eines Films vom Grad des Involvements abhängt. Eine Überprüfung dieser These würde jedoch den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Unterhaltung als audiovisuelle Emotion

In den bisher vorgestellten emotionstheoretischen Ansätzen wurde immer wieder betont, dass sich medial vermittelte Emotionen von realen mehr oder weniger unterscheiden. Mangold baut auf diesen Überlegungen auf und untersucht die Besonderheiten audiovisueller Emotionen.

Audiovisuelle Emotionen sind affektive Zustände, „die während der Rezeption von Filmen und Fernsehsendungen bei den Zuschauern auftreten (...)“ (Mangold 2007: 171). Die Rezipienten widmen sich den Inhalten von Film- und Fernsehformaten in der Erwartung, derartige Gefühle zu erleben. Dabei verfügen audiovisuelle Emotionen über eine Reihe von Eigenschaften, die sie von den Emotionen des alltäglichen Lebens unterscheiden (vgl. Mangold 2007: 171ff).

So ist die emotionale Verlaufsdynamik aufgrund der größeren Handlungs- und Ereignisdichte häufig auffälliger als im realen Leben. In Film und Fernsehen folgt ein Ereignis dem anderen. Jedes dieser Ereignisse kann eigenständige Emotionsempfindungen auslösen. Daraus ergibt sich eine emotionale Verlaufsdynamik, die sowohl in ihrer Frequenz als auch in ihrer Schwingungsbreite deutlich ausgeprägter ist als bei realen Ereignissen. Mangold spricht in diesem Zusammenhang auch von einer emotionalen Achterbahn (vgl. Mangold 2007: 175).

Eine weitere Besonderheit audiovisueller Emotionen liegt in der leichteren Beeinflussung und Bewältigung durch den Rezipienten. Während der Mensch im Alltag dazu neigt, Situationen zu meiden, die negative Emotionen induzieren, setzt er sich in der Film- und Fernsehwelt freiwillig sowohl negativen als auch positiven Emotionen aus. Unterschiedlichste Gefühlszustände werden in dem Bewusstsein, dass sie jederzeit beeinflusst oder beendet werden können, gezielt herbeigeführt (vgl. Mangold 2007: 175f).

Häufig werden audiovisuelle Emotionszustände aktiv aufgesucht, worin Mangold eine zusätzliche Eigenschaft erkennt. Der/Die Rezipient/in geht ins Kino oder sieht fern mit der Intention, Gefühle zu erleben. Dies trifft vor allem zu, wenn er sich unterhalten möchte. Demnach beeinflusst das Bedürfnis nach audiovisuellen Emotionszuständen sowohl die Motivation als auch die Medienselektion. Auch im realen Leben werden Emotionen gezielt herbeigeführt – allerdings nur positive (vgl. Mangold 2007: 176).

Als letztes Merkmal audiovisueller Emotionen nennt Mangold ihre multiple und paradoxe Ausformung. So können während der Rezeption gleichzeitig unterschiedliche Emotionen auftreten. Sie variieren in ihrer Intensität und scheinen teilweise auch widersprüchlich. So kann ein trauriger Film trotz der negativen audiovisuellen Emotionen als Gewinn betrachtet werden (vgl. Mangold 2007: 177).

Auf Basis der vier beschriebenen Eigenschaften gelangt Mangold zu folgendem Schluss:

„Zusammenfassend lässt sich die Unterscheidung von >realen< und audiovisuellen Emotionen im Wesentlichen dadurch charakterisieren, dass die zuletzt genannten affektiven Zustände im Wege der Verarbeitung filmisch-audiovisuell dargebotener Inhalte auftreten, als affektive Zustände von den Mediennutzern zumeist gesucht werden, in Abhängigkeit von der Filmhandlung vergleichsweise dynamisch und dicht gedrängt verlaufen, besser beeinflussbar und bewältigbar sind und in der Zusammensetzung emotionaler Tönungen eher vielfältiger Natur sind.“ (Mangold 2007: 177)

Betrachtet man Unterhaltung als audiovisuell vermittelte Emotion, so treffen die eben beschriebenen Merkmale alle auf das Phänomen zu. Besonders plausibel erscheint die paradoxe Ausformung, da sie zu erklären vermag, weshalb traurige oder spannende Inhalte auch als unterhaltend empfunden werden. In Bezug auf die handlungstheoretische und in Folge auch emotionale Verlaufsdynamik würde das bedeuten, dass besonders audiovisuelle Medien dazu geeignet sind, die paradoxe Emotion Unterhaltung hervorzurufen. Hat der Mensch also das Bedürfnis, Unterhaltung zu erleben, so ist es naheliegend, dass er sich zielgerichtet und bewusst audiovisuellen Inhalten widmet. Auf Basis der Medialität sind sowohl die primären Gefühle als auch das Paradoxon Unterhaltung leichter zu verarbeiten. Zusätzlich kann sich der/die Rezipient/in jederzeit der Rezeptionssituation entziehen.

Ein weiterer Ansatz, der den Fokus auf die paradoxe Ausformung von Unterhaltung legt und diese näher zu erläutern versucht, befasst sich mit dem Phänomen der Metaemotionen. Die Definition von Unterhaltung als Metaemotion verfügt über das Potenzial, das Phänomen der Valenztransformation ausgiebig zu erklären. Daher soll sie im Folgenden kurz vorgestellt werden.

Unterhaltung als Metaemotion

Die Verbindung von Unterhaltung mit dem Konzept der Metaemotionen hat die Medien- und Kommunikationswissenschaft vor allem zwei Vertreter/innen zu verdanken: Anne Bartsch und Peter Vorderer.

Bartsch entwickelt das Konzept der Metaemotion in Anlehnung an das der Metakognition, welches im Jahr 1979 von dem amerikanischen Entwicklungspsychologen John Flavell entworfen wurde. Eine Metakognition bezeichnet nach Flavell die mentale Evaluierung einer Kognition und fungiert als Beobachtungs- und Kontrollinstanz auf Metaebene (vgl. Flavell 1979: 906). Bartsch zieht daraus den einfachen Schluss, dass so *„wie Menschen Gedanken über*

Gedanken haben können, können sie auch Gefühle über Gefühle haben“ (Bartsch 2007: 277). Sie gelangt zu folgender Definition:

„Man kann ein Gefühl mögen oder nicht mögen, man kann Gefühle genießen, ihnen nachtrauern, sich dafür schämen usw. Meta-Emotionen bewerten die primäre Emotion und beeinflussen, wie diese Emotion erlebt und ausgedrückt wird.“
(Bartsch 2007: 277)

Bezieht man die Erscheinung der Metaemotion jedoch auf die Grundkategorie der Emotion, so muss das Konzept differenziert betrachtet werden, da die Emotionsforschung nach wie vor keine allgemeingültige Definition des Begriffs hervorgebracht hat. Bartsch betont, dass es vier Theorieschulen gibt, in deren Licht man sich dem Phänomen der Metaemotion nähern kann: Das sind die Appraisal-Theorien, die neurologischen und sozialkonstruktivistischen Emotionstheorien sowie die Skripttheorien (vgl. Bartsch 2007: 279ff).

Bartsch et al. entwerfen in der Tradition der Appraisal-Theorien ein Prozessmodell, das die Erzeugung von Metaemotionen im Rahmen des medialen Rezeptionsprozesses skizziert. Metaemotionen entstehen demzufolge nach demselben Prinzip wie Primäremotionen – lediglich das Bewertungsobjekt unterscheidet sich. Während die Bewertung medial vermittelter Ereignisse Primäremotionen auslöst, werden durch die Evaluierung dieser Affekte Metaemotionen erzeugt. Das bedeutet jedoch nicht, dass jegliche Bewertung von primären Emotionen zu der Entstehung von Metaemotionen führt. Dies geschieht nur unter der Voraussetzung, dass die Primäremotion von persönlichem Belangen ist.

Maßgeblich beeinflusst wird der Bewertungsprozess (sowohl auf primärer als auch auf sekundärer Ebene) von individuellen Dispositionen und dem situativen Kontext. Dies erklärt, warum manche Menschen Genres, wie Horror oder Fantasy, unterhaltend finden und andere nicht. Weiters erklärt es das Phänomen der Valenztransformation bzw., weshalb Emotionen, die im realen Leben gemieden werden, über die mediale Vermittlung positiv empfunden werden (vgl. Bartsch et al. 2008: 18).

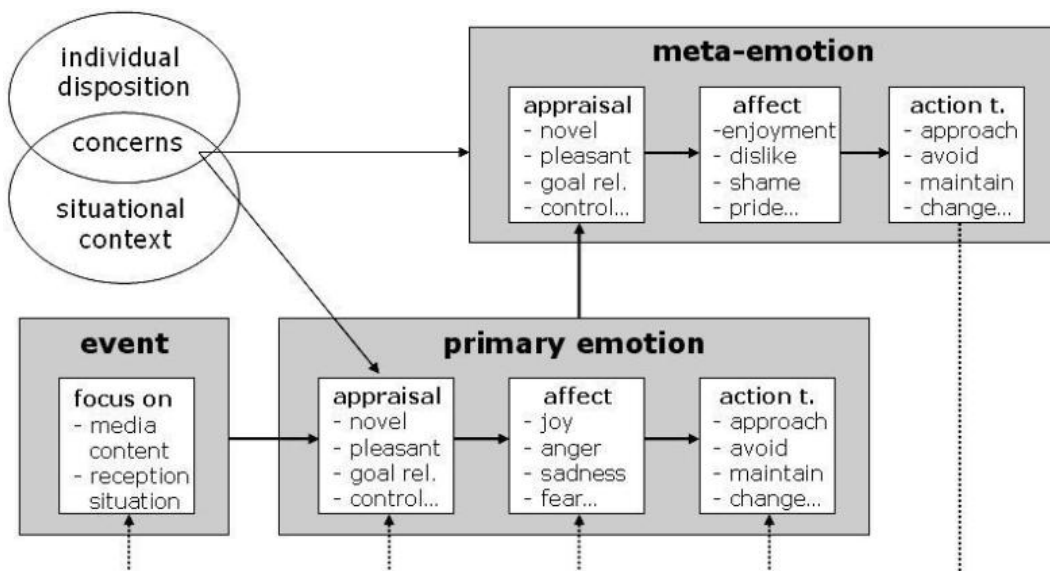
Bartsch et al. greifen bei der Skizzierung des Bewertungsprozesses auf die fünf Hauptdimensionen des Stimulus-Evaluation-Checks-Modell von Scherer zurück (vgl. Scherer 1984: 306ff; Scherer 2001: 94ff). Ein Ereignis wird demnach auf Basis folgender Aspekte bewertet:

„(1) novelty (events that violate expectations or produce significant changes), (2) intrinsic pleasantness (...), (3) goal conduciveness (Potenzial of events to promote or obstruct the attainment of goals), (4) controllability of events, and (5) norm compatibility.“ (Bartsch et al. 2008: 18)

Am Ende des Bewertungsprozesses befindet sich das Individuum in einem affektiven Zustand positiver oder negativer Ausprägung. Dies gilt sowohl für die primäre als auch für die sekundäre Ebene.

Im Unterschied zu den Primäremotionen fungieren jedoch die Metaemotionen als höhere Kontroll- und Regulierungsinstanz. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass sich ihre regulierende Einflussnahme grundlegend von jenen Aktionen unterscheidet, die auf Basis des primären Bewertungsprozesses gesetzt werden. Metaemotionen entfalten ihre ausgleichende Wirkung im Rahmen eines emotionalen Kurswechsels auf primärer Ebene. So kann eine Person von der Sorge erfasst werden, dass sie in ihrem Ärger (Primäremotion) Dinge sagt, die sie später bereut. Auf Basis dieser Sorge (Metaemotion) kann es zu einem emotionalen Kurswechsel kommen – die Person versucht, ihren Ärger bewusst zu kontrollieren.

Abb. 6 Unterhaltung als Metaemotion nach Bartsch et al.



(Quelle: Bartsch et al. 2008: 21)

Bartsch et al. gelangen zu dem Ergebnis, dass eine positive Bewertung des emotionalen, medial vermittelten Rezeptionserlebens die Entstehung von Unterhaltung auf Metaebene begünstigt. Aufgrund der positiven Valenz erhält das Individuum Gratifikationen, die zu einem späteren Zeitpunkt bei einer ähnlichen Bedürfnislage die Auswahl des Stimulus maßgeblich beeinflussen (vgl. Bartsch et al. 2006: 273). Eine negative Bewertung bewirkt jedoch das Gegenteil. Sie führt zu dem Bedürfnis, die erlebten Emotionen zu unterdrücken und in Folge die Rezeption zu beenden (vgl. Bartsch et al. 2008: 16f).

Unterhaltung kann also als positive Metaemotion definiert werden, die auf Basis einer kontinuierlichen Bewertung der medial vermittelten Primäremotionen entsteht. Diese

Definition weist einige Parallelen zum triadisch-dynamischen Unterhaltungsbegriff auf. Früh definiert Unterhaltung als Makroemotion, die im Rahmen eines Informationsverarbeitungsprozesses entsteht. Demnach verortet auch er das Phänomen auf Metaebene und als Ergebnis eines Prozesses – allerdings eines Informationsverarbeitungsprozesses. Im Rahmen dieses Prozesses streicht er drei Komponenten heraus: die Person, die Situation und das Medium. Nur wenn diese kompatibel sind, kann Unterhaltung entstehen (vgl. Früh 2002: 240). Bartsch et al. messen den persönlichen Dispositionen und den situativen Bedingungen ähnliche Bedeutung bei, allerdings betrachten sie das Medium als Stimulus vermittelnde Instanz getrennt davon.

Die Positionierung von Unterhaltung auf Metaebene ermöglicht die Integration einer Reihe unterschiedlicher Ansätze. Unterhaltung kann demnach als Phänomen betrachtet werden, das sich auf Primärebene aus den verschiedensten Aspekten zusammensetzt, um schließlich auf Metaebene jene komplexe Emotion hervorzurufen, die das Individuum dazu bewegt, sich medialen Stimuli zu widmen. Damit wird das gegenseitige Ausschlussprinzip der verschiedenen Theorien bis zu einem gewissen Grad aufgehoben. Auf Basis dieser Überlegungen sollen im Folgenden zwei vielversprechende Ansätze vorgestellt werden: das integrative Unterhaltungserleben nach Vorderer und die Triadisch-Dynamische Unterhaltungstheorie nach Früh.

2.2.4) Integrative Ansätze

Die bisher vorgestellten angebotsorientierten, motivationalen und emotionstheoretischen Ansätze werden mit einigen wenigen Ausnahmen als Partikulärtheorien bezeichnet. Das bedeutet, dass sie nur einen Teilaspekt des Phänomens Unterhaltung erklären. Die integrativen Theorien versuchen in einem nächsten Schritt, diese Teilaspekte zu einem Gesamtbild zusammenzufügen. Mit dem Ziel, eine umfassende Unterhaltungstheorie zu entwerfen, werden die (kausalen) Zusammenhänge zwischen den einzelnen Ansätzen herausgearbeitet und in ein Schema eingeordnet.

Im Folgenden werden stellvertretend für eine Fülle von Entwürfen zwei Ansätze präsentiert, die auf der Annahme gründen, dass Unterhaltung auf Metaebene eine Emotion eigenständigen Charakters ist. Beide Ansätze sind jüngeren Datums und stammen von Autoren, die sich bereits seit Jahrzehnten mit dem Untersuchungsgegenstand Unterhaltung beschäftigen. Der erste Ansatz ist von Peter Vorderer, einem deutschen Medienwissenschaftler, der Unterhaltung stets als Handlung konzipierte und die Spiel- und Appraisal-Theorien lange Zeit für die fruchtbarsten Ansätze im Rahmen der Unterhaltungsforschung hielt. Der zweite

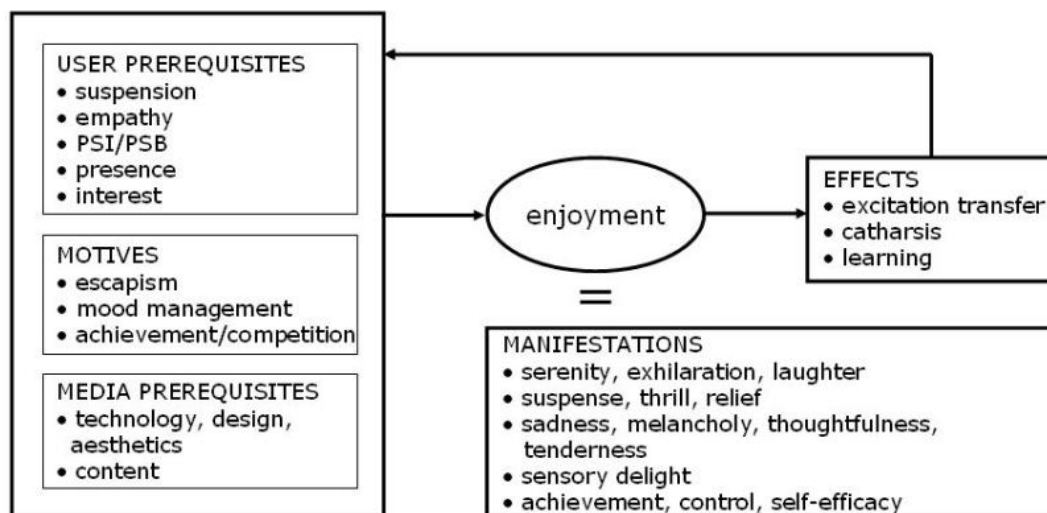
Ansatz stammt von Werner Fröh, einem Professor für empirische Kommunikations- und Medienforschung, der an der Universität Leipzig gemeinsam mit Carsten Wünsch eine molare Theorie entwarf, in der Unterhaltung als Handlung, Rezeptionsprozess und emotionales Erleben definiert wird. Inspiriert von seinen jahrelangen Arbeiten zum dynamisch-transaktionalen Ansatz entwickelt Fröh daraus die Dynamisch-Transaktionale Unterhaltungstheorie (DTU).

Unterhaltungserleben als komplexes Konstrukt

Vorderer et al. definieren Unterhaltung in erster Linie als komplexes Konstrukt, das sich aus physiologischen, affektiven und kognitiven Dimensionen zusammensetzt, über positive Valenz sowie Erlebnischarakter verfügt und auf der Metaebene anzusiedeln ist, wodurch negative Primäremotionen transformiert werden können.

Damit Unterhaltung überhaupt entstehen kann, müssen sowohl auf Rezipienten- als auch auf Angebotsseite einige Voraussetzungen erfüllt werden. Der/Die Rezipient/in muss sich mental und emotional auf die Stimuli einlassen. Er/Sie darf keine Zweifel aufkommen lassen – ein Postulat, das an den „heiligen Ernst“ aus der Spieltheorie erinnert. Er/Sie sollte Empathie für die Medienfiguren empfinden und parasoziale Beziehungen aufbauen. Das Gefühl, mitten im Geschehen zu stehen, fördert das Unterhaltungserleben ebenso wie das natürliche Interesse für die Inhalte (vgl. Vorderer et al. 2004: 393ff).

Abb. 7 Unterhaltungserleben nach Vorderer et al.



(Quelle: Vorderer et al. 2004: 393)

Ist der/die Rezipient/in zu keinem dieser Kognitionen bzw. Affekte fähig, kann Unterhaltung nicht entstehen. Mindestens eine der genannten Voraussetzungen muss vom Rezipienten erfüllt werden. Auf Angebotsseite hingegen müssen die

technologischen und ästhetischen Features den Vorlieben des jeweiligen Publikums entsprechen. Entscheidend ist aber nicht nur die Aufbereitung, sondern auch der Inhalt der Stimuli:

„Not only do technological features of the products and user prerequisites interact with each other (...) – content interacts with the personality and the user prerequisites mentioned above as well.” (Vorderer et al. 2004: 398)

Weiters nehmen nach Vorderer et al. Motivation und Selektion entscheidenden Einfluss auf das Unterhaltungserleben. Menschen wenden sich aus den verschiedensten Gründen bestimmten Medieninhalten zu. Die meisten wurden in den vorhergehenden Kapiteln bereits vorgestellt: Flucht aus dem Alltag (Eskapismus), Stimmungsregulierung (Mood-Management), Anstellung sozialer Vergleiche, Bewältigung von Herausforderungen (Flow) uvm. In Kombination mit den Merkmalen auf Rezipienten- und Medienseite bedingen sie schließlich das Konstrukt Unterhaltung:

„That is to say, that the enjoyment that lies at the heart of the entertainment experience is a product of numerous interactions between motives to be entertained and conditions of this experience on both the media user’s and the media’s side.” (Vorderer et al. 2004: 401)

In einem nächsten Schritt ergründen Vorderer et al., wie sich das Phänomen Unterhaltungserleben in den drei konstituierenden Dimensionen (physiologische, kognitive, affektive Dimension) offenbart. Neben natürlichem Ausdrucksverhalten, wie Lachen, zählen die Autoren eine Reihe von primären Emotionen (Freude, Trauer, Fröhlichkeit, Heiterkeit, Melancholie, Bedächtigkeit, Zärtlichkeit, Spannung, Nervenkitzel usw.) sowie das Streben nach Erfolg, Kontrolle und Selbstvertrauen zu den Manifestationen (vgl. Vorderer et al. 2004: 394f). Das Modell von Vorderer et al. endet jedoch nicht beim Unterhaltungserleben und seinen Ausdrucksformen, sondern schließt Effekte (z.B. Excitation-Transfer) ebenso ein wie Auswirkungen (z.B. lernen durch Unterhaltung, Katharsis) (vgl. Vorderer et al. 2004: 402).

Damit ist es den Autoren gelungen, ein schematisches Modell zu konstruieren, das beliebig erweiterbar ist und dadurch nahezu alle Ansätze zum Phänomen Unterhaltung aufnehmen kann. Das Unterhaltungserleben an sich scheint jedoch in zwei Phasen gegliedert: In der ersten Phase interagieren Motivation, rezipienten- und medienorientierte Merkmale und schaffen so die Voraussetzungen für ein mehrdimensionales Emotionserleben. In der zweiten Phase entstehen schließlich jene

Emotionen, die Vorderer et al. als emotionale Manifestationen bezeichnen und auf Metaebene die Emotion Unterhaltung auslösen.

Das Unterhaltungsmodell nach Vorderer et al. weist sehr viele Parallelen zum triadisch-dynamischen Modell von Fröh auf. Beide Autoren unterstreichen den eigenständigen Charakter von Unterhaltung und definieren das Phänomen als positive Emotion auf Metaebene. Beide Ansätze verfügen über das Potenzial, das Phänomen der Valenztransformation zu erklären. Beide Modelle setzen die Triade Person, Medium und Situation voraus. Dennoch gibt es einen entscheidenden Unterschied: Werner Fröh und Carsten Wunsch haben sich ausführlich mit der Operationalisierung ihres Modells beschäftigt und den TDU-Unterhaltungsindex entworfen. Damit verfügt die Unterhaltungsforschung über die Möglichkeit, das Unterhaltungserleben individueller Personen statistisch zu erschließen. In Kombination mit ihrem integrierenden Charakter wird die Triadisch-Dynamische Unterhaltungstheorie so zum elaboriertesten Ansatz innerhalb der Unterhaltungsforschung.

Die Triadisch-Dynamische Unterhaltungstheorie (TDU)

Werner Fröh entwickelte die TDU im Jahr 2002 auf Basis des dynamisch-transaktionalen Ansatzes (vgl. Fröh 2002: 68ff). Dieser gilt als Metatheorie und verfügt über das Potenzial, kommunikator- und rezipientenorientierte Perspektiven zu vereinen. Die Annäherung an ein empirisches Phänomen erfolgt dabei stets aus drei Perspektiven: der dynamischen, der transaktionalen und der molaren Sichtweise. Der Begriff Dynamik kennzeichnet die Prozesshaftigkeit einer jeden Kommunikation. Die transaktionale Sichtweise lenkt die Aufmerksamkeit darauf, dass es neben den kausalen Wirkungsmustern auch jene gibt, die über *„einen simultan zweiseitigen Wirkungseffekt“* (Fröh 2008: 35) verfügen. Im Gegensatz zur Kausalität, die stets von einer Ursache-Wirkung-Beziehung ausgeht, stehen bei der Transaktion *„zwei Größen in einer Beziehung zueinander (...), die das Resultat gleichzeitiger Prägung von beiden Seiten“* (Fröh 2002:69) sind. Die molare Sichtweise unterstreicht die Bedeutung des Kontextes. Dabei gilt es, kulturelle bzw. gesellschaftliche Einflussgrößen genauso zu berücksichtigen wie den wert- und normsetzenden Hintergrund und die aktuellen Rahmenbedingungen für Kommunikation (vgl. Fröh 2008: 31ff).

Fröh schafft auf Basis dieser Heuristiken eine Rahmentheorie der (Fernseh-) Unterhaltung. Im Kern dieser Theorie stehen drei normative Prämissen. Sie skizzieren das Wesen des Phänomens und bilden gemeinsam mit den statischen Hauptfaktoren (Medienangebot, Person, Situation) die Grundlagen für die prozessuale Beschreibung. Die Dynamik von Unterhaltung äußert sich schließlich in Form von zwei kognitiv-affektiven Aktivitäten: einem Interpretations- und einem

Kontrollvorgang. Beide lassen sich weiter ausdifferenzieren und sind auf den verschiedenen Ebenen transaktional miteinander verbunden. Als Ergebnis entsteht auf Metaebene schließlich eine Emotion, die Fröh als Unterhaltung bezeichnet.

Um ein besseres Verständnis für die TDU zu erlangen, werden im Folgenden die Grundprämissen erläutert. In einem nächsten Schritt wird versucht, über die statischen Hauptfaktoren zu einer Beschreibung des dynamischen Verlaufs zu gelangen, um mit Fröhs Definition des Phänomens die Ausführungen zu dieser Theorie abzuschließen.

Bei näherer Betrachtung stellt man schnell fest, dass Fröh seinen Ansatz stets weiterentwickelt. Während er 2003 noch von zwei normativen Grundprämissen spricht (vgl. Fröh 2003b: 29), zählt er 2007 bereits drei (vgl. Fröh/Wünsch 2007b: 37ff). Carsten Wünsch, ebenfalls in der Unterhaltungsforschung tätig und renommierter Co-Autor von Fröh, spricht sogar von den drei axiomatischen Grundlagen der TDU (vgl. Wünsch 2006: 95f). Entscheidend ist, dass diese Annahmen die normative Basis der Theorie bilden. Steht eine Partikulärtheorie im Widerspruch zu diesen Prämissen, kann sie trotz des modularen Charakters der TDU nicht integriert werden (vgl. Fröh/Wünsch 2007b: 37).

Prämisse 1: Unterhaltung ist eine spezifische, eigenständige Form des Rezeptionserlebens und unterscheidet sich daher sowohl von der Summe aller positiven Emotionen als auch von Primäremotionen, wie z.B. Spaß und Freude (vgl. Fröh/Wünsch 2007b: 37; Fröh 2003a: 21; Fröh 2002: 86).

Prämisse 2: Unterhaltung ist ein angenehmes Erleben – ein gratifizierendes Phänomen mit positiver Valenz (vgl. Fröh/Wünsch 2007b: 38).

Prämisse 3: Unterhaltung kann nicht erzwungen werden. Es handelt sich um ein selbstbestimmtes Phänomen, bei dem der/die Rezipient/in über Souveränität und Kontrolle verfügt (vgl. Fröh/Wünsch 2007b: 39; Fröh 2003a: 21; Fröh 2003b: 29).

Aufgrund des attestierten subjektiven und emotionalen Charakters bezeichnet Fröh Unterhaltung bewusst als spezifische Form des Erlebens, welches auch durch Stimuli gefördert werden kann, die aus angebotsorientierter Perspektive nicht der Kategorie Unterhaltung zuzuordnen sind (vgl. Fröh 2002: 86). Den Kern dieses Erlebens bildet eine eigenständige Makroemotion, die im Rahmen eines transaktionalen Informations- und Emotionsverarbeitungsprozesses entsteht. Das Kriterium der positiven Valenz bezieht sich dabei nicht nur auf die hedonistischen Aspekte dieses Erlebens, sondern meint auch *„das schöne Gefühl, anlässlich eines insgesamt eher unangenehmen oder anstrengenden Themas etwas gelernt zu haben oder seine Zeit*

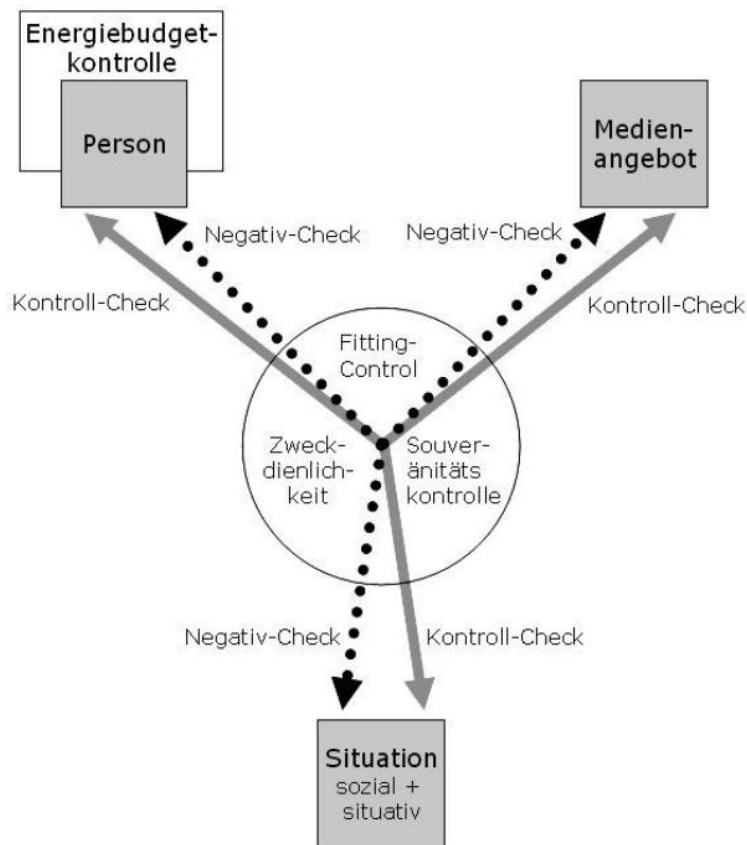
sinnvoll z.B. durch Zeitung lesen verbracht zu haben“ (Früh/Wünsch 2007b: 38). Entscheidend ist dabei, dass der/die Rezipient/in selbst bestimmt, wann, wie und in welchem Ausmaß er/sie sich einem Stimulus widmet. Souveränität und Kontrolle sind demnach grundlegende Komponenten des Unterhaltungserlebens.

Der Begriff Souveränität bezieht sich dabei auf die Dispositions- und Entscheidungsfreiheit des Rezipienten bzw. der Rezipientin (vgl. Früh/Wünsch 2007b: 39). Früh unterscheidet zwei Formen: die passive und die aktive Souveränität. Beide sind neben Abwechslung und Kontrolle Bedingung, um Unterhaltung als angenehmes Erleben zu konzipieren. Während aktive Souveränität die Möglichkeit meint, sich jederzeit der Rezeptionssituation zu entziehen, versteht man unter der passiven Souveränität die Befreiung jeglichen Rollenstress. Der/Die Rezipient/in kann alle Regeln und Normen ignorieren, sich anschauen, was er/sie möchte, ohne Konsequenzen fürchten zu müssen (vgl. Früh 2003b: 31f).

Kontrolle hingegen meint *„die Beherrschbarkeit und Überschaubarkeit der Konsequenzen der Rezeption“* (Früh/Wünsch 2007b: 39) und existiert ebenfalls in zwei Ausprägungen. Veränderungen *„zu explorieren, zu verstehen und zu bewerten“* (Früh 2002: 109), bezeichnet Früh als passive Kontrolle. Auf diese Veränderungen *„Einfluss nehmen zu können“* (Früh 2002: 109), hingegen als aktive Kontrolle. Wird ein Kontrollprozess positiv abgeschlossen, gilt der/die Rezipient/in als kompetent. Zuvor muss jedoch die Kontrolle gefährdet gewesen sein, denn *„Kompetenz kann man nur erfahren, wenn man als Zuschauer bereit ist einen Kontrollverlust zu riskieren“* (Früh 2003b: 33). Obwohl der/die Rezipient/in im Alltag einen Kontrollverlust tendenziell zu meiden versucht, kann er in der eingeschränkten, disponiblen Lebenswelt des Fernsehens sogar unterhaltend wirken (vgl. Früh 2003b: 33f).

Das Phänomen Unterhaltung, das Früh mithilfe der drei Grundprämissen grob skizziert, kann prinzipiell *„überall, zu jeder Zeit, bei allen Personen und jedem Stimulus“* (Früh/Wünsch 2007b: 40) entstehen. Einzige Bedingung ist, dass die drei statischen Hauptfaktoren Person, Medienangebot und Situation miteinander harmonisieren. Je besser diese Komponenten zueinanderpassen, desto besser kann Unterhaltung entstehen (vgl. Früh 2003a: 18). Die Überprüfung der Kompatibilität nennt Früh *„Fitting-Control“* (Früh 2003b: 40). Demnach kontrolliert der/die Rezipient/in fortwährend, ob das Medienangebot zu seinem/ihrem Umfeld bzw. Situation und seinen/ihren gegenwärtigen Bedürfnissen passt (vgl. Früh 2003b: 39ff).

Abb. 8 Modell des triadischen Fittings



(Quelle: Früh 2003b: 40)

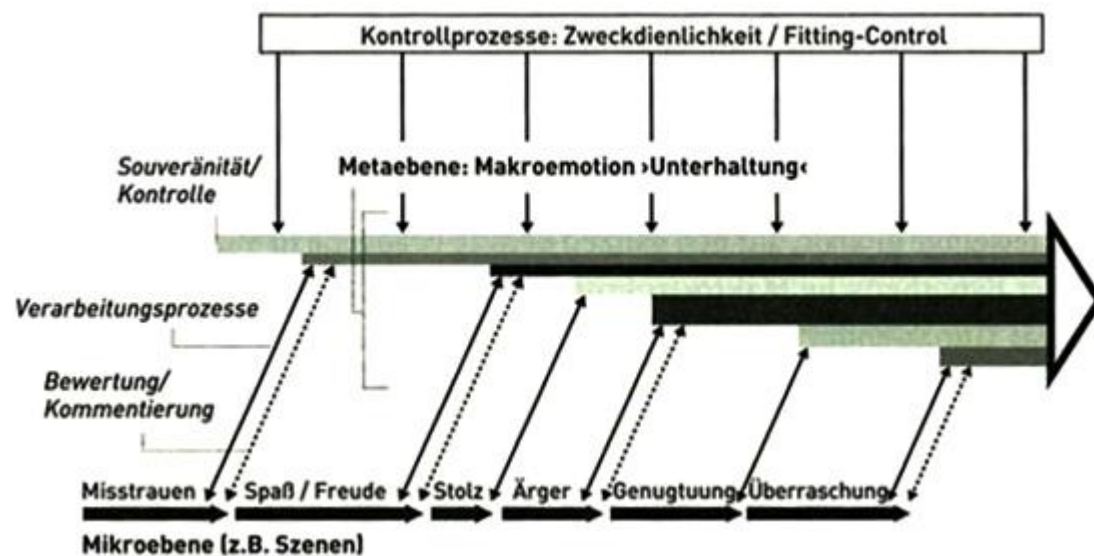
Dies ist jedoch nicht der einzige Kontrollmechanismus, der während der Rezeption stattfindet. Ist es dem Zuschauer ein besonderes Anliegen, Unterhaltung zu erleben (motivierte Rezeption), so prüft er stetig, ob die objektiven Bedingungen diesem Handlungsziel zuträglich sind. Früh bezeichnet diesen Prozess als Zweckdienlichkeitsprüfung. Gegenstand eines weiteren Prüfvorgangs ist eine bereits beschriebene Fähigkeit: die Selbstbestimmung. Im Rahmen der Souveränitätskontrolle examiniert der/die Rezipient/in seine/ihre Dispositions- und Entscheidungsfreiheit (vgl. Früh 2002: 147ff) sowohl aus objektiver (z.B. uneingeschränkter Programmauswahl) als auch aus subjektiver Perspektive (z.B. Möglichkeit, ein virtuelles Risiko einzugehen) (vgl. Wunsch 2006: 100).

Jede dieser Kontrollaktivitäten kann auf zwei unterschiedliche Arten durchgeführt werden. Beim Negativ-Check prüft der/die Rezipient/in lediglich, ob alles wie erwartet bzw. gewohnt verläuft. Es handelt sich um eine relativ diffuse Aktivität, die den Rezipient/innen nicht besonders viel Aufmerksamkeit abverlangt. Stößt er jedoch auf etwas Unerwartetes, gelangt ein anderer Mechanismus zum Einsatz: der Kontroll-Check. Die kognitive Aktivität innerhalb des Prüfvorgangs wird verstärkt, was eine

präzisere Bewertung zur Folge hat. Früh entwickelt dafür auch die Begriffe Low- und High-Energy-Rezeption (vgl. Früh 2002: 144f).

Die Kontrollmechanismen alleine reichen jedoch nicht aus, um die Makroemotion Unterhaltung zu konstituieren. Es bedarf weiters einer aktiven Interpretation der Stimuli. Dies geschieht im Rahmen informationsverarbeitender Prozesse, die sich transaktional auf zwei Ebenen vollziehen. Durch „Verarbeitungsprozesse wie z.B. Selektion, Zusammenfassung, Attributionen, Generalisierungen, Elaborationen usw.“, (Früh 2003b: 38) wird der Text auf Mikroebene erfasst und „zu einer mentalen Makrostruktur transformiert“ (Früh 2003b: 38). Dabei wird das Elaborierte in Anlehnung an das Osgood'sche Modell konnotativ und denotativ bewertet. Die denotative Bewertung führt zur Entstehung von Emotionen (vgl. Früh/Wünsch 2007b: 41). Sie sind demnach ein integraler Bestandteil des Informationsverarbeitungsprozesses und treten in ihrer primären Ausführung auf Mikro- und als Unterhaltung auf Metaebene in Erscheinung (vgl. Früh 2003b: 38).

Abb. 9 Dynamisches Zweiebenenmodell der Unterhaltungsrezeption



(Quelle: Früh 2003b: 41)

Früh betont, dass es eine schier unendliche Anzahl unterhaltender Rezeptionsprozesse gibt. Für die dynamische Beschreibung des Phänomens sollen im Rahmen dieser Arbeit exemplarisch zwei spezielle Modi herausgegriffen werden: die motivierte und die habitualisierte Rezeption.

Bei der motivierten Unterhaltungsrezeption sucht der Zuschauer in der Zuwendungsphase bewusst nach einem passenden Stimulus, um sein Bedürfnis nach Unterhaltung zu befriedigen. Dabei unterzieht er das Programm einer ersten Zweckdienlichkeitsprüfung und entwickelt, z.B. auf Basis von Informationen aus der Programmzeitschrift, eine Vorstellung über das Unterhaltungspotenzial der einzelnen

Sendungen. In einem nächsten Schritt überprüft er, welches Angebot am besten zu seiner momentanen Stimmung und zu seinem Umfeld passt (Fitting-Control). Sobald er ein scheinbar passendes Angebot gefunden hat, beginnt die Interaktionsphase. Die Überprüfung von Zweckdienlichkeit und Fitting reißt dabei nicht ab. Neu ist hingegen die mentale und emotionale Auseinandersetzung mit konkreten Inhalten. Auf Mikroebene findet eine kognitiv-affektive Transaktion zwischen Wissen und Wahrnehmung statt. Die in der Zuwendungsphase herausgebildeten Vorstellungen und Erwartungen werden auf Basis der bereits vorhandenen Kenntnisse „*Szene für Szene*“ (Früh 2003b: 42) geprüft. Entspricht das Programm den Erwartungen, stellt sich auf Metaebene eine angenehm empfundene Emotion ein, die Früh schließlich Unterhaltung nennt (vgl. Früh 2003b: 41ff).

Die Makroemotion Unterhaltung kann durch einen speziellen Prozess, den der Autor als Kommentierung bezeichnet, verstärkt werden. Der Stimulus wird dabei nicht nur *Szene für Szene*, sondern auch als Ganzes bewertet. Das Ergebnis wird mit vorhandenem Wissen in Verbindung gesetzt, woraus der/die Rezipient/in gewisse Schlüsse ziehen kann (vgl. Früh 2003b: 43):

„Dies lässt sich gut am Beispiel von Quizshows zeigen: Der Zuschauer kann unverbindlich und konsequenzlos feststellen, ob er schlauer ist als andere.“ (Früh 2003b: 43)

Solche Schlussfolgerungen, Früh spricht auch von Kommentierungen, können das Unterhaltungserleben maßgeblich intensivieren.

In der Aneignungsphase bleiben die Makroemotion Unterhaltung und die damit verbundene Erregung noch eine Weile bestehen. Nach einer gewissen Zeit klingen sie analog zu den emotionstheoretischen Ansätzen von Schachter, Singer und Zillmann langsam ab und verlieren zusehends ihren konkreten Bezug. Die verbleibende Resterregung bezeichnet Früh als Stimmung. Das Individuum führt diese nicht mehr auf das Unterhaltungserleben zurück (vgl. Früh 2003b: 47).

Die habitualisierte Unterhaltungsrezeption unterscheidet sich von der motivierten in zwei wesentlichen Punkten. 1) In der Zuwendungsphase stellt der Zuschauer keine konkreten Erwartungen an das Programm. Deswegen beginnt die Interaktionsphase relativ ziellos, die Aufmerksamkeit des Zuschauers verteilt sich weitestgehend gleichmäßig auf die verschiedenen Programme. In der Literatur wird diese Phase der Rezeption auch häufig als Zapping bezeichnet. 2) Plötzlich stößt der/die Rezipient/in auf eine Auffälligkeit. In Folge werden sämtliche Kontrollmechanismen hochgefahren, es folgt eine Phase der High-Energy-Rezeption. Wird diese mit einer positiven Bewertung abgeschlossen, erfolgt die weitere Interaktion nach demselben Schema wie die motivierte Unterhaltungsrezeption.

Wenn man die bisherigen Ausführungen zur TDU betrachtet, dann liegt der Schluss nahe, dass eine umfassende Definition von Unterhaltung relativ lang und komplex sein muss. Früh bezweifelt, dass der Begriff im Sinne der TDU angemessen in drei Sätzen beschrieben werden kann. Er betont jedoch, dass die Grundidee in einer Kurzdefinition durchaus Platz finden würde (vgl. Früh 2002: 239f). Zu einer solchen lässt er sich am Ende seines Werkes „Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie“ schließlich hinreißen:

„Unterhaltung durch Fernsehen entsteht als angenehm erlebte Makroemotion im Zuge eines transaktionalen Informationsverarbeitungsprozesses unter der Bedingung, dass bestimmte personale, mediale und situative bzw. gesellschaftliche Faktoren kompatibel sind und der Rezipient außerdem die Gewissheit hat, die Situation souverän zu kontrollieren.“ (Früh 2002: 240)

Diese Kurzdefinition enthält sowohl die drei Grundprämissen der TDU als auch die statischen Hauptfaktoren. Der prozessuale Charakter von Unterhaltung gleitet zwar etwas in den Hintergrund, geht aber aufgrund der Beschreibung des Phänomens als transaktionaler Informationsverarbeitungsprozess nicht ganz verloren.

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass die TDU eine Theorie ist, die sich auf Basis des DTA mit der Entstehung von Unterhaltung sowie den spezifischen Merkmalen und Strukturen des Phänomens beschäftigt. Ihr Geltungsbereich beschränkt sich auf die *„präkommunikative, kommunikative und postkommunikative Phase“* (Früh 2006: 44) – nicht eingeschlossen sind Folgen von Unterhaltung, wie z.B. Wirkungen auf das Normengeflecht der Gesellschaft oder Konsequenzen auf die Gestaltung der Programme (vgl. Früh 2006: 44).

2.3) Fazit: Unterhaltung als Makroemotion

Im alltäglichen Umgang scheint jeder genau zu wissen, was sich hinter dem Begriff Unterhaltung verbirgt. Die Wissenschaft hingegen ist von einem theoretischen Pluralismus gekennzeichnet, wie er nur in wenigen Fällen vorzufinden ist. Eine einheitliche Definition existiert nicht - je nach Zugang und Fokus wird der Begriff unterschiedlich ausgelegt.

„Der Medienpraktiker wird bestimmte Fernsehgenres beschreiben, der Germanist Populärliteratur von Kunst abgrenzen, ein Psychologe Emotionen aufzählen und der Soziologe vermutlich Freizeitaktivitäten.“ (Früh 2003a:10)

Exemplarisch für diesen Pluralismus und zum Zweck der Vermittlung eines groben Überblicks wurden auf den vorangegangenen Seiten 22 unterschiedliche Ansätze präsentiert, die sich direkt oder zumindest mit einem Aspekt des Phänomens Unterhaltung befassen. Obwohl der Fokus der Annäherung nicht ausschließlich auf medienvermittelter Unterhaltung lag, zeigte sich, dass sehr viele der Ansätze die medienvermittelte Ausprägung thematisieren. Eine weitere Übereinstimmung äußerte sich in der Nähe zur Kommunikation. Unzählige Ansätze definieren Unterhaltung als Bestandteil oder spezielle Form dieses Phänomens. Kommunikation ist ein dynamischer Prozess, bestehend aus vier Faktoren: dem Kommunikator, der Aussage, dem Medium und dem Rezipienten. Nur ein Modell, das sowohl die Dynamik als auch die einzelnen Faktoren modular integriert, kann demnach dem Phänomen Unterhaltung gerecht werden. Es gilt jedoch, nicht nur die Komplexität und Vielfältigkeit des Phänomens umfassend abzubilden, sondern parallel der Herausforderung standzuhalten, einen operationalisierbaren Begriff zu entwerfen. Mit der Triadisch-Dynamischen Unterhaltungstheorie (TDU) hat Werner Fröh einen Ansatz vorgelegt, der alle diese Bedingungen erfüllt. Peter Vorderer bezeichnet die Fröh'sche TDU wohlwollend als attraktive Alternative zu bisherigen Theorien (vgl. Vorderer 2006: 49). Lothar Mikos geht sogar einen Schritt weiter:

„Die von Fröh (2002) entwickelte molare Theorie der Fernsehunterhaltung, die auch als >>triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie (TDU)<< (Fröh 2002: 27) bezeichnet wird, stellt die wohl elaborierteste Theorie der Unterhaltung dar.“ (Mikos 2006: 131)

Ihr modularer Charakter und die Tatsache, dass sie als Rahmentheorie entworfen wurde, machen die TDU zu einem integrativen Ansatz besonderer Qualität. Durch die Triade können sehr viele der präsentierten Ansätze, welche vordergründig die Person (z.B. Motivation, Erwartungen, Bedürfnisse etc.), die Situation (verfügbare Alternativen, gesellschaftliche Werte und Normen etc.) oder das Medium (Gestaltung, Valenz, Dynamik etc.) betreffen, berücksichtigt werden. Zusätzlich steht die TDU nicht im Widerspruch zu einer Vielzahl emotionstheoretischer Ansätze, wie dem Appraisal- oder Involvement-Ansatz, bzw. der Excitation-Transfer Theorie.

Weiters hat Fröh bei der Entwicklung seines Ansatzes den Fokus auf das Massenmedium Fernsehen gelegt. Eine Eigenschaft, die vor allem für die vorliegende Untersuchung von zentraler Bedeutung ist.

Auch gelingt es dem Autor, im Rahmen der TDU einen Unterhaltungsbegriff zu entwerfen, der trotz seiner Komplexität operationalisierbar bleibt. Fröh, Wünsch und Klopp legen wenige Jahre nach der ersten Veröffentlichung der TDU einen

dazugehörigen Index vor, mit dessen Hilfe das TV-Unterhaltungserleben empirisch gemessen werden kann.

In Kombination machen diese Faktoren die TDU zu einer der wertvollsten Unterhaltungstheorien der Disziplin. Daher gelangt der Früh'sche Unterhaltungsbegriff in der gegenständlichen Arbeit als forschungsleitende Definition zur Anwendung. Das bedeutet, dass Unterhaltung im Folgenden stets im Sinne der TDU und synonym mit dem Begriff des Unterhaltungserlebens verwendet wird.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit besteht in der Erforschung des Unterhaltungserlebens gehörloser Menschen. Eine erfolgreiche Annäherung in der Tradition der TDU setzt stets die genaue Betrachtung der statischen Hauptfaktoren Medium, Person und Situation voraus. Demnach gilt es, diesen Elementen im Folgenden besondere Aufmerksamkeit zu schenken. Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses stehen analog zur Triade die audiovisuellen Medien Film und Fernsehen, der Personenkreis der gehörlosen Erwachsenen und der Prozess der Rezeption mit eingeschränkten Sinnen.

3) Film und Fernsehen als Unterhaltungsmedien

Das Medium bestimmt, wie und in welchem Rahmen sich der/die Rezipient/in die tendenziell unterhaltungsfördernden Inhalte aneignet. Früh konzentriert sich dabei auf das Fernsehen, das nach wie vor zu den beliebtesten Medien der modernen Gesellschaft gehört. Aufgrund der zunehmenden Verschmelzung wird das Fernsehen im Rahmen dieser Arbeit um den Film ergänzt.

Film und Fernsehen sind Medien, die heute kaum noch voneinander zu trennen sind. Während ihnen der Einsatz von bewegtem Bild und Ton schon immer gemein war, reichen die Parallelen mittlerweile wesentlich weiter. Der klassische Röhrenbildschirm gehört längst der Vergangenheit an. Der neue Trend heißt Home Cinema und zielt darauf ab, die Rezeptionssituation zu Hause einem Kinoerlebnis anzugleichen. Nachdem jeder Kinofilm früher oder später im Fernsehen läuft, ist diese Entwicklung nicht weiter verwunderlich. Oft finden deutschsprachige Kinoproduktionen ihr „*großes Publikum*“ (Hickethier 2007: 1) erst im Fernsehen. Im Gegenzug dazu werden Filmprojekte vielfach mit Fernsehgeldern querfinanziert (vgl. Hickethier 2007: 1).

Die Verkettung von Film und Fernsehen zieht jedoch noch weitere Kreise. So sind die Autoren, Regisseure und Schauspieler häufig dieselben – egal ob es sich um eine Fernsehserie oder einen Hollywood-Blockbuster handelt. Auch die Werbung greift auf beide Medien zurück und profitiert schließlich von der Verwertungskette. Hickethier spricht daher von einem neuen „*Supermedium Audiovision*“ (Hickethier 2007:1).

Basierend auf dieser Tendenz ist eine Trennung von Film und Fernsehen nicht sinnvoll. Um eine stetige Wiederholung der beiden Begriffe zu vermeiden, ist künftig auch von audiovisuellen Medien die Rede.

Was jedoch unterscheidet audiovisuelle Medien von anderen Unterhaltungsmedien?

In erster Linie ist es die Verbindung von bewegtem Bild und Ton, welche die menschlichen Sinne anspricht wie kein anderes Medium. Sie verstärkt den Realitätseindruck, weckt Fantasien und Vorstellungen und entführt den Zuschauer in eine Welt, in der er sich frei bewegen kann.

3.1) Die Bedeutung von Bild und Ton

Ein Mehr an Sinneseindrücken bewirkt auch ein Mehr an mentalen Verarbeitungsprozessen, die eine grundlegende Voraussetzung für das Unterhaltungserleben bilden. Audiovisuelle Medien sprechen zwei sehr wichtige menschliche Sinne an: den Hör- und den Sehsinn. Die medial vermittelte Sinneswahrnehmung ist jedoch nicht identisch mit gleichartigen Prozessen in der

realen Umwelt. Ein brennendes Haus hinterlässt bei einem Anwesenden vor Ort einen anderen Eindruck als bei einem Rezipienten. Dies hat einerseits den Grund, dass der Anwesende den Brand mit zwei weiteren Sinnen wahrnehmen kann. Er spürt die Wärme und atmet den Rauch ein, nur schmecken kann man das Feuer nicht. Die Sinne des Rezipienten bzw. der Rezipientin werden hingegen nur auf zwei Ebenen und dazu noch künstlich angeregt, so Karpenstein-Eßbach. Die Medien verformen bzw. modifizieren sie und erzeugen „eine eigene Welt der artifizierten Sinnestätigkeit“ (Karpenstein-Eßbach 2004: 13). Der Mensch ist fähig, diese Welt von der Realität abzugrenzen, wodurch das Vergnügen an der Rezeption erst ermöglicht wird. Aber was hat nun im Rahmen dieser artifizierten Sinnestätigkeit mehr Gewicht? Das Bild oder der Ton?

3.1.1) Die Bedeutung des Bilds

Borstnar et al. definieren das Bild als einen Ort der Repräsentation. Es vergegenwärtigt ein Phänomen, das in der realen Welt des Rezipienten bzw. der Rezipientin nicht anwesend ist (Borstnar et al. 2008: 97). Monaco geht einen Schritt weiter und attestiert dem Bild eine zweifache Bedeutung: Einerseits erkennt er darin ein optisches Muster, andererseits – ähnlich wie Borstnar et al. – eine Erfahrung geistiger Natur (vgl. Monaco 2007: 155). Um zu verstehen, was ein Bild repräsentiert, bedarf es also einer geistigen Leistung, die nach Monaco erlernt werden muss.

„Unsere Fähigkeit, Bilder wahrzunehmen – ob unbewegt oder bewegt –, beruht also in hohem Maße auf einem Lernprozeß (sic!). Interessanterweise trifft dies nicht auf Ton-Phänomene zu, und zwar in signifikantem Ausmaß.“ (Monaco 2007:155)

Dieser Prozess findet, so Ruge, von Geburt an statt. Der Mensch lernt vom ersten Tag an, Bilder und Zeichen zu deuten, wie z.B. das Lächeln der Mutter, das für Wärme und Geborgenheit steht. Die Entschlüsselung stellt infolgedessen im Erwachsenenalter keine besondere Herausforderung mehr dar (vgl. Ruge 2003: 152). So entwickelte sich das Visuelle in den westlichen Kulturen zu einem bedeutenden und leicht verständlichen Kommunikationsmodus (vgl. Borstnar et al. 2008: 97):

„Bilder erzählen, unterhalten, dokumentieren, werben, überzeugen, konservieren, animieren, und sie vermögen dies in einer äußerst effizienten, schnellen und anschaulichen Weise.“ (Borstnar et al. 2008: 97)

Film und Fernsehen gelten in erster Linie als Bildmedien. Das bedeutet, dass das Auditive zwar konstitutiv sein kann, die Qualität des Mediums jedoch von der Bildkomposition abhängt (Straßner 1985: 277). Daher wurde dem Bild häufig mehr Gewicht beigemessen als dem Ton. Im Rahmen der kognitiven Verarbeitung wird ihm gar eine Leitfunktion attestiert. So betont Straßner, dass im Zuge der psychologischen Verarbeitung die Bildinformation über die Toninformation dominiere. Daher wären die Praktiker auch stets darum bemüht, sämtliche Inhalte über das Bild zu transportieren (vgl. Straßner 1985: 277).

Um möglichst viele Informationen in das Bild packen zu können, bedienen sich die Film- und Fernsehmacher nicht nur verschiedener Darstellungs-, sondern auch alternierender Einstellungsmöglichkeiten (z.B. Detail-, Groß-, Nah-, Halbnahaufnahmen). Dabei werden unterschiedliche Effekte erzielt. So hilft die Großaufnahme eines Dialogs den Rezipient/innen, die nonverbalen Zeichen (Mimik, Körperhaltung etc.) des Sprechers zu entschlüsseln. Ihr kommt, ähnlich wie der Nahaufnahme, eine gesprächsbegleitende und dialogillustrierende Funktion zu. Die Detailaufnahme dient der Intensivierung des Dargestellten. Spitzt sich die Situation inhaltlich zu, greift der Regisseur auf einen exakteren, bildlich vergrößerten Ausschnitt des Ganzen zurück. Die amerikanische und die halbnah Einstellung verfügen beide über handlungsbeschreibenden Charakter. Der Zuschauer kann leicht erkennen, was die Darsteller gerade machen. Die Halbtotale *„zeigt und beschreibt den Ort einer Handlung“* (Straßner 1985: 280), während die Totale in Kombination mit Musik und Geräuschen stark emotionalisierend wirkt (vgl. Straßner 1985: 279ff). Auch die Folgen einer geänderten Einstellungsperspektive dürfen nicht unterschätzt werden. So betont Straßner, das durch Untersicht *„Personen als gefährlich, bedrohlich, angsteinflößend, zumindest aber befremdend dargestellt werden“* (Straßner 1985: 281).

Die Möglichkeiten der visuellen Informationsvermittlung scheinen gar unerschöpflich. Dennoch gehören z.B. Stummfilme der Vergangenheit an. Die Kombination von Bild und Ton bringt demnach einen Mehrwert, auf den niemand mehr zu verzichten bereit ist.

3.1.2) Die Bedeutung des Tons

Straßner betont, dass das Film- und Fernsehbild erst im Zusammenspiel mit dem Ton seine volle Wirkung entfalten kann (vgl. Straßner 1985: 278). Der Ton schafft die dreidimensionale Illusion, er sorgt für den Aufbau von Raum und Zeit. Daher ist er allgegenwärtig und kann sowohl in den Vordergrund als auch in den Hintergrund treten (vgl. Monaco 2007: 215f; Hickethier 2007: 89f; Mikos 2008: 236).

In Anlehnung an Kracauer, Reisz und Sharples unterscheidet Monaco parallelen und kontrapunktischen Ton:

„Paralleler Ton ist aktuell, synchron und mit dem Bild verbunden. Kontrapunktischer Ton ist kommentierend, asynchron und dem Bild entgegengesetzt (...).“ (Monaco 2007: 217)

Paralleler Ton hat demnach seine Quelle im Bild und passt inhaltlich auch dazu. Kontrapunktischer Ton hingegen kommt von außerhalb des Bildes und erklärt sich nicht aus dem Gezeigten.

Generell setzt sich der audiovisuelle Ton aus drei Ebenen zusammen: Geräusche, Musik und Sprache. Geräusche dienen in erster Linie dazu, den Wirklichkeitseindruck des Bildes zu verstärken. Zu diesem Zweck wird eine realistische Geräuschkulisse geschaffen, die in der Film- und Fernsehwelt auch Atmo genannt wird (vgl. Hickethier 2007: 91):

„Wollen Filme einen realitätsnahen Eindruck erzielen, so müssen sie unsere spezifischen akustischen Umwelten imitieren, und sie tun dies mit dem sogenannten atmosphärischen Ton, auch kurz Atmoton oder Atmo, der vergleichsweise stereotyp bestimmte und leicht dechiffrierbare Bestandteile jener Umwelten kondensiert.“ (Borstnar et al. 2008: 140)

Der Atmo bildet die akustische Grundlage für alle weiteren Tonebenen. Wird bspw. ein Dialog in einer Bahnhofshalle dargestellt, so werden neben der Sprache stets die typischen Bahnhofsgерäusche (z.B. Lautsprecherdurchsagen, abfahrende Züge, Schritte auf dem Bahnsteig) eingespielt (vgl. Borstnar et al. 2008: 140).

Geräusche werden jedoch nicht nur im Hintergrund verwendet, sondern auch zur Akzentuierung von Vorgängen. Als prominentes Beispiel führt Hickethier das dumpfe, synthetische Geräusch des Faustschlags an. Weiters fungieren sie als *„verbindende Klammer zwischen disparaten Bildern“* (Hickethier 2007: 93) und als sanfte Überleitung zur nächsten Handlungseinheit, indem die dazugehörigen Geräusche bereits am Ende der vorhergehenden Szene eingespielt werden (vgl. Hickethier 2007: 92f).

Stehen die Geräusche im Widerspruch zum Bild, verfügen sie meist über symbolischen Charakter. Ist z.B. bei einer Liebesszene ein lautes Motorengeräusch zu hören, so deutet dies auf einen unerwünschten Besucher hin (vgl. Hickethier 2007: 92).

Musik hingegen versorgt das visuell Gezeigte mit „*emotionalen Qualitäten*“ (Hickethier 2007: 94). Musik ist ein wesentlicher Gestaltungsfaktor des Films, der die kognitiven und emotionalen Aktivitäten der Zuschauer steigert (vgl. Mikos 2008: 240). Sie kann auf unterschiedliche Weise eingesetzt werden: Dient sie der Spannungssteigerung oder der Verdeutlichung des seelischen Zustands eines Akteurs, erfüllt sie eine dramaturgische Funktion. Unterstreicht sie lediglich einzelne Einstellungen oder Schnitte, spricht man von ihrer strukturellen Funktion. Narrative Funktionen übernimmt sie, wenn sie die Erzählung unterstützt oder kontrapunktisch kommentiert (vgl. Mikos 2008: 240f). Mikos attestiert der Musik auch persuasive Funktionen:

„Zu den persuasiven Funktionen der Film- und Fernsehmusik gehört es, die Zuschauer emotional anzuregen [...]. Dadurch kann die Aufmerksamkeit der Zuschauer auch auf bestimmte Ereignisse, Gegenstände oder Personen gelenkt werden. Die Rezipienten werden so in das Geschehen auf der Leinwand oder dem Bildschirm eingebunden. Durch die Titelmelodie von Serien kann z.B. bei Zuschauern eine freudige Erwartung auf die neue Episode ausgelöst werden. Letztlich kann die Musik auf dieser Ebene die Zuschauer durch tiefe Frequenzen auch physisch überwältigen.“ (Mikos 2008: 241f)

Hickethier betont, dass Musik bereits bestehende Stimmungen maßgeblich intensivieren kann. Am stärksten entfaltet sich ihre manipulative Wirkung, wenn sie das Geschehen akzentuiert, aber vom Rezipienten nicht bemerkt wird. Dadurch erscheinen die erzeugten Emotionen als „*Eigenschaft des Geschehens, nicht als ein selbstständiges Objekt der Wahrnehmung*“ (Hickethier 2007: 94).

Ähnlich wie bei Geräuschen verstärkt auch Musik den Realitätseindruck des Gezeigten. Die Darstellung von Normalität, das Alltägliche wird dabei mit tonaler Musik versehen. Das Abnormale oder Besondere wird hingegen von auffälligen Kompositionen begleitet (vgl. Hickethier 2007: 94). Bei Serien wird sie auch zur Wiedererkennung verwendet oder als „*leitmotivische Verklammerung*“ (Hickethier 2007: 97). In ihrem Kern fördert sie jedoch stets die emotionalen Aktivitäten der Rezipient/innen. Mikos dazu:

„Sie werden über die Musik emotional durch den Film und die Fernsehsendung geleitet. Zugleich wird damit die Wahrnehmung von Figuren und Akteuren ebenso beeinflusst wie die Geschichte im Kopf der Zuschauer als Folge von Narration und Dramaturgie.“ (Mikos 2008: 243)

Die dritte und letzte audiovisuelle Tonebene bildet die Sprache. Im Film wird Sprache nicht nur mit dem Ton assoziiert. Sie kann auch in Schriftform oder in Kombination mit Schrift in Erscheinung treten (vgl. Hickethier 2007: 97). Vorerst soll der Fokus jedoch auf ihrer auditiven Ausprägung liegen.

Gesprochene Sprache erfüllt im Film eine Reihe wichtiger Funktionen. Sie dient der Informationsvermittlung, der Kommunikation zwischen Handelnden, charakterisiert die Figuren und erleichtert die Bewertung von Aussagen (vgl. Mikos 2008: 237). Hickethier hebt auch die Möglichkeit hervor, mit Sprache auf Dinge zu verweisen, die abstrakter Natur oder visuell nicht darstellbar sind (vgl. Hickethier 2007: 97).

Durch Sprache wird die realistische, spielerische oder träumerische Illusion des Bildes vervollständigt:

„Das Bild, das auf einer sinnlich anschaulichen Ebene Gefühle, Assoziationen, Stimmungen erzeugt, wird durch die Sprache konkretisiert, zugespitzt, präzisiert. Das Visuelle wird gedeutet, in einen spezifischen Zusammenhang gebracht, so dass das Bildliche auch handlungsfähig gemacht wird. Umgekehrt ist das Bild die sinnliche Unterfütterung des Wortes.“ (Hickethier 2007: 101)

Als eines der Kernelemente von Sprache im Film gilt der Dialog. Der Filmdialog ist eine spezielle Form der einseitigen Kommunikation mit dem Zuschauer. Im Gegensatz zum Alltagsdialog entbehrt er jeglicher Redundanz. Es werden keine Korrekturen oder Neuanfänge vorgenommen und Assertionsmorpheme fallen weg. Dem Publikum werden ohne Umschweife wichtige Details vermittelt, damit es die Vorgänge im Film leichter versteht. Durch den Dialog erhält der Zuschauer auch ein besseres Bild vom Charakter der Figuren. Straßner unterstreicht fünf Informationsfelder, die primär vom Dialog abgedeckt werden (vgl. Straßner 1985: 284):

- 1) Namen der Hauptfiguren
- 2) Personenmerkmale (z.B. Beruf, Familie)
- 3) Gefühle und Emotionen
- 4) Situationen
- 5) Beziehungen

Der Dialog ist also vielfältig einsetzbar. Generell gelangt er jedoch dort zum Einsatz, wo eine bildliche Darstellung der Handlung zu aufwendig oder langwierig wäre. Ein beliebtes Beispiel hierfür ist die Vermittlung einer kriminellen Handlung in Form des Verhörs (vgl. Straßner 1985: 284ff).

3.1.3) Die Verbindung von Bild und Ton

Es gibt mehrere Ansätze, die das Verhältnis von Bild und Ton charakterisieren. In der deutschen Stummfilmtheorie sowie in der französischen und ehemals sowjetischen Montagetheorie wurde dem Bild mehr Gewicht beigemessen als dem Ton. Möller führt dieses ästhetische Postulat auf die Entdeckung des Visuellen als eigenständige Sprache zurück. Die frühe Filmtheorie übernimmt dieses Postulat (siehe Straßner 1985), erkennt jedoch den Ton als sinnvolles Additiv an. Daher spricht man auch vom Bild-Ton-Dualismus (vgl. Möller 1985: 304ff).

Aus der Linguistik kam zusehends die Forderung, die Abgrenzung des Verbalen vom Nonverbalen aufzuheben. Während die Filmtheorie auf dem Primat des Visuellen beharrte, betonte die Linguistik die Bedeutung des Verbalen. Daraus entstand der Ansatz, verbale und nonverbale Kommunikation als organische Einheit zu werten (vgl. Möller 1985: 309ff).

Heute variiert das Verhältnis von Bild und Ton je nach Genre, Format und Regisseur. Grundsätzlich unterscheidet man jedoch zwischen einer formalen und einer inhaltlichen Relation. Die formale Relation bezieht sich dabei auf das räumlich-zeitliche Verhältnis. Können Wort und Bild einander sowohl räumlich als auch zeitlich zugeordnet werden, spricht man vom „On“ (Hickethier 2007: 91). Ist eine räumliche Zuordnung nicht möglich, spricht man hingegen vom „Off“ (Hickethier 2007: 91). Gelegentlich geht auch der zeitliche Bezug verloren, man spricht von einer asynchronen Beziehung. Hickethier geht auch von einem Nebeneinander von Wort und Bild aus. Dabei ist weder eine räumliche noch eine zeitliche Zuordnung möglich. Das ist der Fall, wenn *„ein Erzähler im Off bereits den Fortgang eines Geschehens ohne visuelle Entsprechung zusammenrafft“* (Hickethier 2007: 102).

Die inhaltliche Relation hingegen beschreibt die qualitative Beziehung zwischen Bild und Ton. Rauh unterscheidet vier Grundformen: Potenzierung, Modifikation, Parallelität und Divergenz (vgl. Rauh zit. n. Hickethier 2007: 102). Die Potenzierung beschreibt den verstärkenden Effekt, den Bild und Ton aufeinander ausüben, wenn sie sich ergänzen. Steht das Bild im Widerspruch zum Ton, spricht man von einer modifizierenden Beziehung. Liefert der Ton die gleichen Informationen wie das Bild, spricht man von Parallelität. Liefert er hingegen Informationen, die nicht mit dem Bild übereinstimmen, bezeichnet man das Verhältnis als divergent (vgl. Hickethier 2007: 102).

Borstnar et al. betonen, dass sich in einem durchschnittlichen Hollywood-Film die Bild- und die Tonebene gegenseitig ergänzen (Borstnar et al. 2008: 144). Das Primat des Bildes wird damit aufgehoben. Entspricht dieser Ansatz auch der Wahrnehmung des Rezipienten bzw. der Rezipientin?

3.1.4) Die Wahrnehmung von Bild und Ton

In der menschlichen Wahrnehmung spielt das Sehen eine sehr viel größere Rolle als das Hören. In erster Linie nimmt der Mensch seine Umwelt mit den Augen wahr (vgl. Hickethier 2007: 89). So betont Hickethier:

„Zu 80 Prozent, heißt es, sei das Sehen an der menschlichen Wahrnehmung der Welt beteiligt, nur zu 20 Prozent das Hören.“
(Hickethier 2007: 89)

Dies liegt unter anderem daran, dass Sprache nicht nur auditiv wahrgenommen wird, sondern auch in ihrer schriftlichen Form (vgl. Hickethier 2007: 89). Schwender dazu:

„Normalerweise entnimmt man alle wichtigen Informationen dem Sehsinn. Die akustische Ebene ist dann eher eine Begleitung und Bestätigung des Visuellen. Kommt es zu Konflikten zwischen Akustik und Optik, vertraut man eher dem Auge.“ (Schwender 2006: 122)

Zusätzlich verstärkt wird der visuelle Reiz des Bildes durch Bewegung. Für audiovisuelle Medien bedeutet dies, dass das bewegte Bild stärker als der Ton wahrgenommen wird. Überspitzt formuliert kann der/die Rezipient/in seinen/ihren Blick von der Leinwand bzw. dem Bildschirm kaum abwenden. Durch einen spannenden Bildaufbau und dem abwechselnden Einsatz stimulierender und informativer Bild-Dominanzen kann dieser Effekt intensiviert werden (vgl. Ruge 2003: 267).

Um die Wahrnehmung des Tons zu fördern, kann das Bild jedoch künstlich reduziert werden. Dieser Trick wird gerne angewandt, um die ungestörte Rezeption eines wichtigen Dialogs sicherzustellen (vgl. Straßner 1985: 281). Straßner entwickelt daraus den Leitsatz: *„Je weniger dem Auge geboten wird, umso mehr kann das Ohr aktiviert werden.“* (Straßner 1985: 281)

Obwohl die Wahrnehmung des Bilds den Rezeptionsprozess dominiert, kann sie nicht getrennt vom Ton stattfinden. Bild und Ton werden vom Rezipienten stets vereint wahrgenommen. Die Relation der beiden Ebenen ist daher von essenzieller Bedeutung. Damit eng verbunden ist die Scheren-Metapher, welche auf die Wahrnehmung des Verhältnisses von Bild und Text hinweist. Unter dem Begriff Text werden dabei sowohl schriftliche als auch auditive Sprachelemente zusammengefasst. Stehen nun Bild und Text in einer modifizierenden Relation zueinander, so kann der Zuschauer die beiden Ebenen nicht mehr gleichzeitig wahrnehmen. Die Information geht verloren, man spricht von einer stark

ausgeprägten Bild-Text-Schere (vgl. Renner 2001: 24f). Ein verwandtes Phänomen bezeichnet man als Aufmerksamkeitsschere:

„Die Aufmerksamkeitsschere kennzeichnet ein Wahrnehmungsproblem. Bild und Text ziehen so viel Aufmerksamkeit auf sich, daß (sic!) sich die Zuschauer nur noch auf das eine oder das andere konzentrieren können. Die Wahrnehmung fixiert sich auf einen der beiden Kanäle, die Informationen des anderen Kanals bilden nur noch ein Rauschen.“ (Renner 2001: 25f)

Treffen also komplexe Bilder auf komplexe Texte, kann man meist nur einen der beiden Kanäle erfassen. Dieses Phänomen offenbart sich auch, wenn dichte Texte auf eindringliche Musikstücke treffen oder komplexe Untertitel vom Bild ablenken. In diesen Fällen spricht man von einer Musik-Text-Schere bzw. einer Bild-Bild-Schere (vgl. Renner 2001: 25ff).

Die Relation ist demnach entscheidend für die Wahrnehmung von Bild und Ton. Sie gilt jedoch als einer unter vielen beeinflussenden Faktoren. So betont Ruge, dass die Wahrnehmung auch an die Aufnahmebereitschaft gekoppelt ist. Diese ist wiederum abhängig von der Erwartungshaltung des Rezipienten bzw. der Rezipientin, die sich in einer Art geistigem Gitter widerspiegelt. Sämtliche Informationen werden durch dieses persönliche Gitter gesiebt, bevor sie bewusst wahrgenommen werden. Somit kann der/die Rezipient/in bestimmte Bilder ausblenden. Diese Abwehrhaltung ist jedoch moderat und kann gegen den Willen des Rezipienten bzw. der Rezipientin versagen (vgl. Ruge 2003: 250ff).

Einen weiteren beeinflussenden Faktor bilden die persönlichen Erlebnisse. Einerseits determinieren sie, wie ein audiovisuelles Angebot interpretiert wird, andererseits spiegeln sie sich in der Wahrnehmung wider. Schwender betont, dass der Übergang von der Vorstellung hin zum Sehen fließend verläuft, weshalb audiovisuelle Stimuli gerne als Vorstellung wahrgenommen werden.

„Medien repräsentieren in dieser Hinsicht also nicht nur das Sehbare, sondern ebenso das Erinnerbare und das Denkbare. Dies ist eine zentrale Voraussetzung, dass Medien und deren Inhalte als Auslöser von Emotionen wirken können.“ (Schwender 2006: 63)

Abschließend soll in diesem Rahmen noch auf ein spezielles Modell verwiesen werden – das Limited-Capacity-Modell. Es unterteilt den Rezeptionsprozess in drei Schritte: die Encodierung, die Speicherung und den Abruf der Informationen. Der hier beschriebene Prozess der Wahrnehmung von Bild und Ton lässt sich bei der Endcodierung verorten (vgl. Schweiger 2007: 205ff).

Die Kapazitäten des Rezipienten bzw. der Rezipientin gelten in diesem Modell, ähnlich wie im Energieerhaltungssatz, als limitiert bzw. konstant und sind abhängig vom Involvement. Daraus folgt: Je mehr Energie für die Encodierung bzw. Wahrnehmung eines Stimulus aufgewandt wird, desto weniger bleibt übrig für die Speicherung bzw. den Abruf der vermittelten Informationen. Häufig sind es jedoch erregende Stimuli, die den Rezipienten besonders fesseln. Sie binden sowohl bei der Encodierung als auch bei der Speicherung eine Menge Energie. Dementsprechend wenige Kapazitäten können aufgebracht werden, um die gesehenen Informationen abzurufen bzw. die Zusammenhänge zu verstehen (vgl. Schweiger 2007: 207). Daher verfügen stark erregende Stimuli (z.B. Action Filme, Comedy-Serien) oft über sehr einfache Plots. Ein Phänomen, das besonders bei unterhaltungsfördernden audiovisuellen Angeboten zu beobachten ist.

3.2) Die Rezeptionssituation

Obwohl sich die Medien Film und Fernsehen zusehends annähern, sollen die teilweise noch bestehenden Differenzen nicht außer Acht gelassen werden. Aufgrund der technischen Gegebenheiten attestiert Maletzke jedem Medium, dass es einen Zwang auf den Rezipienten ausübe. Dieser Zwang legt die Erlebnisweise des Mediums fest und lässt sich in sechs Kategorien unterteilen: die Wahrnehmung, die Verhaltensfreiheit, die zeitliche Bindung, die räumliche und die soziale Situation sowie die Unterscheidung in Live- und Konserven-Produktion (vgl. Maletzke 1978: 171).

Hinsichtlich der Wahrnehmung gibt es, wie bereits erwähnt, keinen Unterschied zwischen den Medien Film und Fernsehen – beide üben einen optisch-akustischen Reiz auf den Rezipienten aus. Auch im Verhalten und der Zeit muss sich der/die Rezipient/in beiden Medien gleichermaßen anpassen. Der/Die Zuschauer/in wird sowohl im Kino als auch vor dem Bildschirm förmlich gezwungen, *„sich sehr starr der Aussagequelle zuzuwenden“* (Maletzke 1978: 173). Dies schränkt die Verhaltensfreiheit maßgeblich ein. Dennoch ist es beim Fernsehen sicherlich leichter einer anderen Tätigkeit nachzugehen als im Kino. Zusätzlich bleibt es dem/der Zuschauer/in nicht frei zu entscheiden, wann er/sie sich dem Film bzw. der Fernsehsendung widmen möchte:

„Filme sowie Rundfunk- und Fernsehsendungen werden zu einem Termin vermittelt, der von den publizistischen Intuitionen bestimmt wird, wenn auch meist nicht willkürlich, sondern mit Rücksicht auf den vermutlichen oder erforschten Tagesablauf und auf die Wünsche, Bedürfnisse und Erwartungen des angezielten Publikums.“ (Maletzke 1978: 174)

Im Gegensatz zu den ersten drei Punkten unterscheiden sich die räumliche und soziale Situation bei Film und Fernsehen grundlegend. Hinsichtlich der räumlichen Situation ist der/die Rezipient/in bei beiden Medien an eine bestimmte Umgebung gebunden. Während es sich beim Film jedoch um eine fremde, dafür vorgesehene Räumlichkeit handelt, ist es beim Fernsehen meist die gewohnte häusliche Umgebung. Nach Maletzke sinkt damit aber auch der „*Besonderheitswert*“ (Maletzke 1978: 175) des Fernsehens. Eng verbunden mit der räumlichen ist auch die soziale Situation. Ein Kinobesuch wird meist nicht alleine unternommen, sondern in einer Gruppe mit Freunden oder Verwandten. Dazu kommt, dass eine relativ große Anzahl weiterer Personen anwesend ist, die man meist nicht näher kennt. Im Gegensatz dazu ist es nicht unüblich, sich alleine vor den Fernseher zu setzen. Häufiger jedoch widmet man sich dem Fernsehprogramm im Rahmen der Kleinfamilie – Maletzke spricht daher von der Rezeption in einer Intimgruppe (vgl. Maletzke 1978: 175f).

Die räumliche und soziale Situation beeinflussen das Erleben des jeweiligen Mediums maßgeblich – so auch das Unterhaltungserleben. Die vielen, fremden Menschen im Kino bewirken eine „*starre, konventionelle, hochstrukturierte soziale Situation*“ (Maletzke 1978: 177), die den Rezipienten dazu bewegt, sich einzig und allein auf die Spielhandlung zu konzentrieren. Beim Fernsehen hingegen ist die soziale Situation entspannter, aber auch anfälliger für Störungen. Die Distanz zur Spielhandlung ist größer, „*der Zuschauer wird nicht so stark in die Handlung einbezogen, die Suggestivkraft der Aussage ist geringer*“ (Maletzke 1978: 177). Auf Basis dieser Ausführungen ist anzunehmen, dass das Unterhaltungserleben im Kino stärker ausgeprägt ist als im Fernsehen. Führt man sich jedoch die konstituierenden Elemente der Metaemotion Unterhaltung vor Augen, so entsteht der gegenteilige Eindruck. Souveränität und Kontrolle sind beim Fernsehen stärker ausgeprägt als beim Kino, da die Rezeptionssituation kaum von Konventionen beherrscht wird – schon gar nicht im Fall der Einzelrezeption. Beide Argumentationslinien scheinen in sich schlüssig. Wahrscheinlich ist in beiden Fällen das Unterhaltungserleben stark ausgeprägt und unterscheidet sich lediglich in den einzelnen Unterkategorien (z.B. im gesellschaftlich-kulturellen Kontext).

Als letzte „*zwingende*“ Kategorie erwähnt Maletzke den Unterschied zwischen Produktionen, die zeitgleich mit dem Ereignis stattfinden, und solchen, bei denen das Ereignis zeitlich versetzt ist. Erstere werden auch als Live-Sendungen bezeichnet und sind vornehmlich im Fernsehen zu finden. Kinofilme hingegen werden nie live gesendet (vgl. Maletzke 1978: 177f). Das Fernsehen ist dadurch das aktuellere Medium, was vor allem im Informationsbereich eine große Rolle spielt. Im Unterhaltungsbereich ist dieser Unterschied von sekundärer Bedeutung, da ein relativ kleiner Anteil der unterhaltungsfördernden Stimuli live produziert wird.

3.3) Das Unterhaltungsangebot

Die Verbindung von bewegtem Bild und Ton eröffnet den Rezipient/innen eine artifizierte Welt, die an sich schon unterhaltend wirkt. Damit geben sich aber die Produzenten und Rundfunkanstalten noch nicht zufrieden. Ständig werden neue Formate, Plots und Techniken entwickelt, um das Unterhaltungserleben zu steigern. Daraus entstand eine eigene Programmsparte, die in Abgrenzung zur Information seit vielen Jahrzehnten einen Höhenflug erlebt: die Unterhaltung.

Gemeint sind damit sämtliche Stimuli, die produziert werden, um das Unterhaltungserleben gezielt zu fördern. Aus der Perspektive der Rezipient/innen ist die Dichotomie von Information und Unterhaltung nicht haltbar. Die Makroemotion Unterhaltung kann aufgrund ihres subjektiven Charakters durch jeden audiovisuellen Stimulus gefördert werden, egal welcher Kategorie oder welchem Genre er zugewiesen wird. Dennoch lässt sich nicht leugnen, dass gezielt produzierte Stimuli stärker dazu tendieren, der breiten Zuschauermaße Vergnügen zu bereiten, als Formate, die traditionell der Information zugeordnet werden. Daher soll die Unterscheidung vorerst beibehalten werden.

Film und Fernsehen fördern das Unterhaltungserleben also nicht nur durch die audiovisuellen Eigenschaften und den Zwang, den sie nach Maletzke auf den Rezipienten ausüben, sondern auch durch ihr Programm.

Das Kino hatte von Anfang an die Aufgabe zu unterhalten. Aus dem Varieté heraus entstanden bot es den Rezipient/innen ein abendfüllendes, vergnügliches Programm. So betont Hickethier:

„In den ersten Jahren war die Vorführung der Filme Teil eines größeren Unterhaltungsprogramms, indem auch andere Nummern aus Kleinkunst, Artistik, Tanz und Kabarett vertreten waren.“ (Hickethier 2007: 20f)

Mit den Jahren wurden jedoch die Filme immer länger, wodurch der Theatercharakter des Kinos langsam verloren ging. Im Nationalsozialismus und der damit einhergehenden Programmreform diente das Kino nicht nur der Unterhaltung, sondern auch der Information:

„Die Reichsfilmkammer verordnete als Norm für das Kinoprogramm die Abfolge: Wochenschau, Kulturfilm, Spielfilm [...]“ (Hickethier 2007: 21)

Diese Tendenz hielt sich im deutschsprachigen Raum bis in die frühen 60iger-Jahre des 20. Jahrhunderts. Erst mit der Einstellung der Wochenschau in den 70ern wurde

das Kino erneut einer Programmreform unterzogen. Seitdem wird meist Werbung gefolgt von einem Spielfilm gezeigt. Somit hat es wieder in erster Linie die Funktion zu unterhalten (vgl. Hickethier 2007: 20f).

Der Unterhaltungswert des Kinos wird noch durch ein weiteres Faktum gesteigert: Der/Die Rezipient/in wählt bewusst einen Film seines/ihres Interesses aus und begibt sich für die Rezeption gezielt ins Kino. Sowohl die aktive Souveränität in ihrer kognitiven Ausprägung als auch der situative Kontext werden dadurch positiv beeinflusst.

Das Fernsehen hingegen hatte von Beginn an die Aufgabe, sowohl zu informieren als auch zu unterhalten. Der Bildungsgedanke war dabei stets präsent. So waren die ersten unterhaltsamen Sendungen Übertragungen von Theater- und Opernaufführungen, gefolgt von Quizsendungen und Komödien. In den 80iger-Jahren begann die Dualisierung des Rundfunksystems – zuerst in Deutschland, etliche Jahre später schließlich auch in Österreich (vgl. Gerhards et al. 2000: 99ff).

Die privaten Rundfunkanstalten sind aufgrund der Werbefinanzierung auf hohe Einschaltquoten angewiesen. Schnell haben sie begriffen, dass solche am leichtesten mit unterhaltungsfördernden Formaten erzielt werden. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten hingegen unterliegen aufgrund der Gebührenfinanzierung einer gesetzlichen Reglementierung. Sie sind verpflichtet, ein ausgewogenes Programm bestehend aus Information, Bildung und Unterhaltung zu bieten. Weiters müssen sie auf die Kommunikationsbedürfnisse von Minderheiten und Menschen mit Behinderung Rücksicht nehmen – ein Faktum, das den Anstoß für die gegenständliche Arbeit geliefert hat (vgl. Hickethier 2006: 91).

Das Ausmaß der Sendungen, die in erster Linie der Unterhaltung des Publikums dienen, nimmt jedoch auch bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten konstant zu. Begründet wird diese Tendenz mit der Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit. In Kombination mit der zunehmenden Bedeutung der Informationsfunktion des Internets stellt sich die Frage, ob sich das Fernsehen zum Unterhaltungsmedium schlechthin entwickelt. Bisher hatte es immer die Rolle des Informations- und Unterhaltungsmediums. Haben sich die Dimensionen dieser Rollen oder ihre Relation zueinander verschoben?

Hasebrink erkennt zwei Anhaltspunkte für eine derartige Entwicklung. Erstens rezipieren die Zuschauer relativ gesehen mehr Unterhaltung, als das Programm bietet. Zweitens scheinen sie tendenziell bei der konkreten Wahl zwischen Informations- und Unterhaltungsangebot das Letztere zu bevorzugen (vgl. Hasebrink 1994: 276):

„So läßt (sic!) sich anhand der täglichen Reichweitenkurve beobachten, dass dann, wenn auf eine attraktive Unterhaltungssendung ein Informationsangebot folgt und gleichzeitig auf einem anderen Programm eine Unterhaltungssendung beginnt, regelmäßig eine beträchtliche Zuschauerwanderung einsetzt.“ (Hasebrink 1994: 276)

Hasebrink erkennt also eine Verschiebung der Relationen, er äußert sich jedoch nicht zur Informationsfunktion des Fernsehens. Eine verstärkte Rezeption zu Unterhaltungszwecken schließt ja die Nutzung zu Informationszwecken nicht aus. Blödorn et al. untersuchen aus Sicht der Zuschauer die Informationsfunktion des Fernsehens und unterscheiden dabei nach verschiedenen Altersgruppen. Sie stellen fest, dass das Fernsehen in allen Altersklassen nach wie vor zu beiden Zwecken rezipiert wird. Besonders wichtig sind den Zuschauern dabei die Nachrichten. An zweiter Stelle stehen jedoch unterhaltende Kino- und Fernsehfilme (vgl. Blödorn et al. 2000: 171ff). Es liegt also die Vermutung nahe, dass alles beim Alten geblieben ist.

Die Ergebnisse von Blödorn et al. erscheinen jedoch in einem anderen Licht, wenn man bedenkt, dass Nachrichten in den meisten Vollprogrammen den geringsten Anteil der Sendezeit stellen. So bestanden in Österreich im Jahr 2009 lediglich 2,1% des Programms von ORF1 und 6,4% des Programms von ORF2 aus Nachrichtensendungen. Bei dem privaten Sender Puls4 lag der Wert bei 3,3%. Das Schlusslicht bildete jedoch der Sender ATV mit einem Nachrichtenanteil von nur 1,2% (vgl. TV-Programmanalyse 2010: 151). Das bedeutet, dass relativ gesehen der Großteil des Fernsehkonsums auf andere Formate entfällt – naheliegend wären nach Hasebrink Sendungen, die das Unterhaltungserleben fördern.

Oehmichen und Schröter unterscheiden in ihrer Studie zur medialen Struktur- und Funktionsverschiebung zwischen On- und Offlinern. Dabei stellen sie fest, dass die rasant zunehmende Zahl der Onliner zu Informationszwecken verstärkt auf das Internet zurückgreift. In einem nächsten Schritt untersuchen sie das Nutzungsverhalten der Zuschauer kategorisiert nach Mediennutzertypologien und gelangen zu folgendem Ergebnis (vgl. Oehmichen/Schröter 2008: 394ff):

„In der jungen Generation bevorzugen die Jungen Wilden ebenso wie die Zielstrebigsten Trendsetter in vergleichbar starkem Maße für ihre Informationsinteressen das Internet. Während jedoch Junge Wilde an zweiter Stelle das Fernsehen als Informationsquelle nennen, nimmt diese Position bei Zielstrebigsten Trendsettern die Tageszeitung ein.“ (Oehmichen/Schröter 2008: 401)

In den anderen Typologien dominiert nach wie vor das Fernsehen, wenn es um Beschaffung von Informationen geht. Insgesamt nutzen 33,5% der Befragten das Fernsehen zu Informationszwecken. Die Anzahl jener, die es jedoch zu Unterhaltungszwecken konsumieren, ist wesentlich höher. Über 53% der Proband/innen gaben an, das Fernsehen zur Unterhaltung zu konsultieren (vgl. Oehmichen/Schröter 2008: 402). Demnach beabsichtigt die Mehrheit der Rezipient/innen, Unterhaltung zu erleben, wenn sie das Fernsehgerät einschalten.

Hasebrink führt in diesen Diskurs einen weiteren Begriff ein: den des „*dualen Publikums*“ (Hasebrink 1994: 271). Er glaubt, dass sich das individuelle Fernsehnutzungsprofil analog zur Ausprägung der Rundfunkanstalten entwickelt. So gäbe es Zuschauer, die überwiegend öffentlich-rechtliche Programme nutzen, und jene, die sich vornehmlich privaten Programmen widmen. Während sich die einen mehr für Information interessieren, liege der Fokus bei den anderen auf Unterhaltung (vgl. Hasebrink 1994: 271). Während diese These auf Deutschland vielleicht ansatzweise zutreffen mag, steht sie in völligem Widerspruch zum Fernsehverhalten der Österreicher/innen. In Österreich wird das öffentlich-rechtliche Fernsehen von einem besonders hohen Anteil an Unterhaltungssendungen geprägt. Parallel dazu kann es sich damit rühmen, dass es im Vergleich zu den privaten Anbietern über die höchsten Einschaltquoten verfügt. Täglich widmen sich über 3,5 Millionen Menschen den Fernsehprogrammen des ORF. Damit erreicht der öffentlich-rechtliche Sender fast 50% des erwachsenen TV-Publikums in Österreich (vgl. ORF-Medienforschung 2010: Teletest, TV-Tagesreichweiten). Von einer Dualität des Publikums kann demnach nicht die Rede sein. Die Zuschauer des ORF scheinen die angebotenen Unterhaltungssendungen besonders zu schätzen.

Peter von Rüdén hat bereits 1979 konstatiert, dass das Fernsehen immer schon und von Anfang an ein Unterhaltungsmedium war (vgl. Rüdén 1979: 14). Sein Ansatz mag damals etwas befremdend geklungen haben, ist jedoch heute und vor allem für die Zukunft durchaus vorstellbar. Die jüngeren Generationen nutzen das Fernsehen vermehrt zur Entspannung und das Internet meist zu Informationszwecken. Sie werden früher oder später eine Generation ablösen, für die das Fernsehen noch ein Wunder war, welche die Entstehung von Beginn an miterlebt hat und das Medium zu einem fixen Bestandteil ihres Alltags werden ließ. Was das Fernsehen für diese Generation darstellt, ist heute das Internet für die Jugend. Zwischenzeitlich wächst kein Kind mehr ohne Computer auf. Wieso sollten dann die jeweiligen Stärken der Medien das Nutzungsprofil nicht beeinflussen?

Das Fernsehen eignet sich aus mehreren Gründen ideal zur Generierung der Makroemotion Unterhaltung. Erstens wird Fernsehnutzung vorrangig als Konsum verstanden und findet, wie bereits erwähnt, in einem privaten, meist häuslichen

Rahmen statt. Der Zuschauer ist zu nichts verpflichtet, kann jederzeit umschalten oder die Rezeption beenden (vgl. Hickethier 2006: 92). Er muss sich keinen gesellschaftlichen Konventionen stellen, sondern kann sprichwörtlich *„die Sau raus lassen“* (Hickethier 2006: 92):

„Die Rezeptionssituation erlaubt eine weitgehende Selbstbestimmung der Nutzung durch die Zuschauer, die immer auf der Basis von Freiwilligkeit geschieht, sich allein nach den Begehren der Zuschauer richtet und sowohl in einer konzentrierten Betrachtung als auch in einem bloß beiläufigen Zuschauen stattfinden kann.“ (Hickethier 2006: 93)

Nach Hickethier sind es diese Elemente, welche die Unterhaltungsorientierung des Fernsehens begünstigen. Sie wirken selbstverstärkend und sorgen dafür, dass *„viele der auf Information und Bildung ausgerichteten Sendungen oft im Modus der Unterhaltung wahrgenommen werden“* (Hickethier 2006: 93). Auch Früh betont die Bedeutung dieser Elemente für die Entstehung von Unterhaltung. Er bezeichnet sie als Selbstbestimmung in Form von aktiver und passiver Souveränität und charakterisiert sie als konstituierende Bestandteile des Phänomens (vgl. Früh 2002: 100).

Weiters wird die zunehmende Positionierung des Fernsehens als Unterhaltungsmedium, so Schmitz, dadurch gefördert, dass es alle menschlichen Unterhaltungsformen okkupieren bzw. zu einem Programmbestandteil transformieren kann. Jede Unterhaltung wird so zur Fernsehunterhaltung, weshalb der Autor auch von einem Leitmedium spricht (vgl. Schmitz 1995: 39).

3.4) Fazit: Film und Fernsehen fördern das triadische Fitting

Film und Fernsehen können zusammenfassend als die Unterhaltungsmedien schlechthin bezeichnet werden. Damit bringen sie ideale Voraussetzungen für das triadische Fitting mit. Während die Verbindung zum Film relativ offensichtlich ist, musste der Unterhaltungscharakter des Fernsehens erst herausgearbeitet werden. Menschen gehen ins Kino, um die großen Gefühle zu erleben. Spannung, Spaß und Action sind dabei genauso allgegenwärtig wie Liebe, Romantik und das Leid der Helden. Die Vorfreude auf einen tollen Film wird mit der Begleitung geteilt, egal ob es sich dabei um Freunde, Familie oder Lebenspartner handelt. Der große dunkle Raum begünstigt das Unterhaltungserleben ebenso wie der überwältigende Klang. Vollkommen in der Spielhandlung versunken merken die Rezipienten nicht, welchen Konventionen sie dabei unterliegen. Der Kinofilm wird so zum ultimativen Unterhaltungserlebnis.

Das Fernsehen hingegen besticht nicht nur durch sein Unterhaltungsangebot, sondern auch durch informative Programme. Aktuelle Entwicklungen deuten jedoch darauf hin, dass die Informationsfunktion zusehends in den Hintergrund gedrängt wird. In erster Linie sehen Menschen fern, um sich zu unterhalten. Die Rezeptionssituation gestaltet sich nicht so beeindruckend wie beim Kino, dafür verlangt sie auch nach weniger Aufwand. Der/Die Rezipient/in kann nach einem harten Arbeitstag in seinen/ihren eigenen vier Wänden der Unterhaltung frönen, ohne irgendwelchen Anforderungen entsprechen zu müssen. Darüber hinaus ist das Unterhaltungsangebot vielfältiger als im Kino. Eigens kreierte Sendungen bieten den Rezipient/innen die Möglichkeit, aus einer Palette von verschiedenen Unterhaltungsformaten das Passende auszuwählen. Somit zählt auch das Fernsehen eindeutig zu den beliebtesten Unterhaltungsmedien der modernen Zivilisation.

4) Unterhaltung – ein menschliches Recht?

Film und Fernsehen sind also bereits heute die wichtigsten Medien, wenn es um das Angebot bzw. die Vermittlung von Unterhaltung geht. Obwohl dies nicht ihre einzige Funktion ist, zeichnet sich eine Entwicklung dahin gehend ab, dass andere Funktionen (z.B. Informationsfunktion) künftig von Medien wie dem Internet erfüllt werden. Befasst man sich also mit audiovisuellen Medien, so kann man die Augen vor der Bedeutung unterhaltungsfördernder Sendungen nicht mehr verschließen. Dabei darf der Fokus nicht nur auf der Quantität dieser Stimuli liegen. Wenn immer mehr Menschen Film und Fernsehen bewusst zu Unterhaltungszwecken nutzen, dann nimmt auch der Einfluss der unterhaltenden Stimuli zu. Was kann also Unterhaltung bewirken? Wieso wurde Unterhaltung als gesetzliche Vorgabe in den Programmauftrag vieler öffentlich-rechtlicher Sender aufgenommen? Welche Funktionen erfüllen unterhaltende Fernsehstimuli für die Gesellschaft und das Individuum?

4.1) Funktionen von audiovisueller Unterhaltung

Generell werden dem System Massenkommunikation im Hinblick auf den Fortbestand des Gesellschaftssystems mehrere Funktionen attestiert. Der Begriff Funktionen beschreibt dabei Leistungen, die von Medien erbracht werden und für verschiedene Kollektive von essenzieller Bedeutung sind (vgl. Burkart 1998: 368).

Es existiert eine Vielzahl von Veröffentlichungen, die diese Leistungen auf Metaebene, also auf der allgemeinen Systemebene, beschreiben (z.B. Wildenmann/Kaltefleiter 1965, Ronneberger 1971, Maletzke 1978, Burkart 1998). Gleichzeitig findet sich auf Mikroebene eine Fülle an Untersuchungen, die sich mit den einzelnen Genres (z.B. Nachrichten, Talkshows, Seifenopern etc.) beschäftigen und deren Leistungen zu skizzieren versuchen.

Möchte man jedoch auf einer Mesoebene die gesellschaftlichen Leistungen unterhaltungsfördernder Angebote darstellen, so findet sich recht wenig Fachliteratur. Es scheint, als ob die Wissenschaft einen weiten Bogen um die Mesoebene ziehe – sie wird einfach ausgespart. Aus diesem Grund wird im Folgenden versucht, zwischen den beiden existierenden Ebenen zu vermitteln, um einen ersten allgemeinen Ansatz der Funktionen potenziell unterhaltsamer Stimuli zu entwerfen.

Nach Burkart lassen sich die gesellschaftlichen Leistungen der Massenmedien in soziale, politische und ökonomische unterteilen. Zu den sozialen Leistungen zählt er

die Sozialisations- und Integrationsfunktion sowie die soziale Orientierungsfunktion und die Rekreationsfunktion. Sie entfalten ihre Wirkung sowohl auf kollektiver als auch auf individueller Ebene. Das gilt auch für die politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion. Gemeinsam mit der Artikulationsfunktion, der Kritik und Kontrollfunktion sowie der Herstellung von Öffentlichkeit bilden sie die Kategorie der politischen Leistungen. Ergänzt werden diese von drei ökonomischen Funktionen: der Zirkulationsfunktion, der regenerativen und der herrschaftlichen Funktion (vgl. Burkart 1998: 368).

Einen medialen Verdienst hebt Burkart besonders hervor: die Informationsfunktion. Sie wird für alle drei Teilbereiche gleichermaßen erbracht und zielt darauf ab, den Kenntnisstand des Publikums im Rahmen sogenannter Sekundärerfahrungen zu erweitern. Die Informationsfunktion verhilft dem Individuum *„zur Kenntnis von Geschehnissen außerhalb des direkt zugänglichen persönlichen Erlebnisfeldes“* und bringt *„einem damit Ereignisse und Tatbestände näher, die man in der Mehrzahl selbst nicht erfahren hat und von deren Existenz man daher in der Regel auch nichts weiß“* (Burkart 1998: 395).

Abb. 10 Funktionen der Massenmedien

Funktionen der Massenmedien		
soziale	politische	ökonomische
Informationsfunktion		
<ul style="list-style-type: none"> • Sozialisationsfunktion • Soziale Orientierungsfunktion • Rekreationsfunktion • Integrationsfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> • Herstellen von Öffentlichkeit • Artikulationsfunktion • Politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion • Kritik- und Kontrollfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> • Zirkulationsfunktion + Wissensvermitl. + Sozialtherapie + Legitimationshilfe • Regenerative Funktion • Herrschaftliche Funktion
soziale	politische	ökonomische
Gesellschaftliches System		

(Quelle: Burkart 1998: 369)

Burkart nähert sich den Funktionen der Massenmedien aus einer handlungs- und systemtheoretischen Perspektive. Er geht nur sehr zaghaft auf die einzelnen Massenmedien ein bzw. unterstreicht zuweilen die Bedeutung ihrer audiovisuellen Ausprägung. Die Verbindung zum Phänomen Unterhaltung erkennt er vor allem in

der sozialen Rekreations- und der ökonomischen Regenerationsfunktion. Eine Perspektive, die aus heutiger Sicht zu kurz greift.

Audiovisuelle Medien werden in der Fachliteratur stets als Massenmedien klassifiziert. So liegt der Schluss nahe, dass auch Film und Fernsehen die beschriebenen gesellschaftlichen Leistungen erbringen. Heute wird ein gewichtiger Teil ihrer Angebote mit unterhaltungsfördernden Stimuli bestritten. Welche der genannten Funktionen werden dabei erfüllt?

4.1.1) Soziale Funktionen

Eine der zentralen sozialen Funktionen der Massenmedien ist die Sozialisationsfunktion. Sozialisation bezeichnet den lebenslangen Prozess des individuellen Lernens, der zur Verhaltensstabilisierung beiträgt bzw. *„Verhaltenssicherheit durch adäquate Reaktionen auf Herausforderungen“* (Ronneberger 1971: 48) bewirkt. Das Erlernen sozialer Rollen nimmt dabei einen hohen Stellenwert ein. Sozialisation wird daher auch als gesellschaftlich konstituierender Prozess angesehen, der den Zusammenhalt innerhalb des Systems fördert (vgl. Ronneberger 1971: 48). Nach Ronneberger verfügt die Massenkommunikation über vier typische Sozialisatoren (vgl. Ronneberger 1971: 58ff):

- Produktionsinstanz (z.B. Redaktion, Rundfunkanstalt, Filmgesellschaft)
- Personae (Natürliche Personen, die als Kommunikatoren auftreten, wie z.B. Quiz- und Showmaster, Moderatoren, Seelsorger)
- Literarische Symbolfiguren (z.B. Fabelwesen, Märchenfiguren etc.)
- Heroen (z.B. Helden, Good Guys)

Bereits auf den ersten Blick lassen Ronnebergers Ausführungen eine Verknüpfung zum Phänomen Unterhaltung erkennen. Kennzeichnend für fiktionale unterhaltungsfördernde Angebote sind das Infragestellen und Wiederherstellen von gesellschaftlicher Ordnung. Geltende Normen und Werte werden verletzt bzw. angegriffen und in Folge restauriert. Im Mittelpunkt stehen dabei schützenswerte, soziale Rollen, wie z.B. die Mutter- oder Vaterrolle (vgl. Schmitz 1995: 182f). Schmitz betont:

„Konflikte bzw. Probleme drehen sich hauptsächlich um jene Normen und Werte, die besonders brisant sind wie Familien- und Berufsrollen.“ (Schmitz 1995: 183)

Ein zentraler Faktor in diesem „*Spiel mit den Normen*“ (Schmitz 1995: 183) stellt die jeweilige Konnotation dar. Während die Verletzung der Normen negativ besetzt ist, wird die Wiederherstellung als Erfolg gewertet. So lernt der/die Rezipient/in im Unterhaltungsmodus, welche Verhaltensweisen in der Gesellschaft angenommen und welche abgelehnt werden.

„Da die Fernsehunterhaltung ihr >>Geschäft<< nicht mit dem Zeigefinger betreibt, sondern spielerisch, bleibt dem Zuschauer der Ernstcharakter verborgen, fühlt er sich im >>Versteckspiel mit Normen<< schon deshalb gut aufgehoben, weil hier seine Probleme und Fantasien aufgenommen werden.“ (Schmitz 1995: 183)

Schmitz bezeichnet audiovisuelle, fiktionale Unterhaltungsangebote als tagtägliche Kurse über Liebe, Macht, Moral, Sexualität, Gewalt, Geld und Leidenschaft, deren Ziel in der Einübung gesellschaftlicher Konformität bestehe (vgl. Schmitz 1995: 183). Der/Die Rezipient/in wird dazu verleitet, das positive Verhalten nachzuahmen und die Normverletzungen zu ächten. Demnach verfügen unterhaltungsfördernde Stimuli durchaus über das Potenzial, stabilisierend auf das Verhalten der Zuschauer einzuwirken.

Zusätzlich gelangen im Rahmen fiktionaler Unterhaltungsangebote häufig mediale Symbolfiguren, wie z.B. Helden, zum Einsatz. Je nach Genre werden die Hauptfiguren auch von Tieren mit besonderen Fähigkeiten bzw. mythischen oder fabelhaften Wesen gestellt. So finden sich zwei der vier genannten Sozialisatoren in fiktionalen Unterhaltungsangeboten stets wieder. Auch dieser Befund legt nahe, dass das Sozialisationspotenzial audiovisueller Unterhaltungsangebote nicht unterschätzt werden darf.

Kaum zu trennen von der Sozialisationsfunktion ist die soziale Orientierungsfunktion. So betont Ronneberger, dass die Massenmedien den Zuschauer stets mit Details versorgen, die es ihm erleichtern, sich in der zunehmend komplexer werdenden Welt zurechtzufinden (vgl. Ronneberger 1971: 50). Während er dabei von der Vermittlung objektiver Details ausgeht, zählen viele jüngere Autoren auch die Darstellung subjektiver, am Normensystem ausgerichteter Details zur Orientierungsfunktion. Somit verschwimmt in der modernen Literatur die Grenze zur Sozialisationsfunktion endgültig.

Um sich nicht in diesen begrifflichen Unklarheiten zu verstricken, wird auf die bewährte Definition von Ronneberger vertraut. Er spezifiziert die Bedeutung dieser Details folgendermaßen:

„Sie helfen uns, von der Bereitstellung der Güter und Dienstleistungen einer entwickelten Industriegesellschaft nützlichen Gebrauch zu machen, den Mangel an primären sozialen Kontakten und Erfahrungen auszugleichen und uns im Alltag zeit- und raumgerecht zu verhalten.“ (Ronneberger 1971: 50)

So sind es drei Elemente, die zur Orientierung beitragen: die Vorführung des Umgangs mit Gütern und Dienstleistungen, die Bereitstellung von Kontaktmöglichkeiten und die Zurschaustellung von zeit- und raumgerechtem Verhalten. Interessanterweise unterstellt er vor allem dem Lokalteil der Tageszeitungen, diese Leistungen zu erbringen. Damit vertritt Ronneberger eine Perspektive, die teilweise noch zutreffen mag, im Hinblick auf die Entwicklungen im audiovisuellen Bereich jedoch unzureichend erscheint.

Seit Mitte der 90er-Jahre zeichnet sich im audiovisuellen Angebotssektor eine inhaltliche Tendenz ab, die Göttlich und Nieland mit drei Worten umschreiben: Personalisierung, Privatisierung und Intimisierung.

„Personalisierung (...) bedeutet vor allem, daß (sic!) die Handlungen und Erzählungen mit stereotypen Charakteren, die entsprechende Rollenklischees erfüllen, verbunden sind.

(...) Privatisierung als Darstellungsprinzip bedeutet, daß (sic!) für die dargestellten Probleme und Konflikte vorrangig eben eine >>privatistische<<, oftmals im gegenseitigen Vertrauen bzw. Mißtrauen (sic!) sich begründende Lösung gefunden wird (...).

Der Aspekt der Intimisierung besagt, daß (sic!) bei der Problem- und Konfliktdarstellung zusammen mit der individualistischen bzw. privatistischen Sichtweise die Emotionalität des Geschehens im Mittelpunkt steht.“ (Göttlich/Nieland 1997: 193f)

Der Plot unterhaltungsfördernder Angebote dreht sich also nicht mehr um die Prominenz, sondern um den Alltag. Gezeigt werden „einfache Menschen“ in (Konflikt)Situationen, die nach vorbildlichen Lösungsansätzen suchen. Dieser Wandel ist nach Bleicher mittlerweile kennzeichnend für die meisten Unterhaltungsstimuli (vgl. Bleicher 2002: 221f). Göttlich und Nieland veranschaulichen am Beispiel der Seifenopern, dass diese Entwicklung nicht nur weitere Sozialisationsmöglichkeiten schafft, sondern auch maßgeblich die Orientierungsleistung beeinflusst (vgl. Göttlich/Nieland 1998: 36ff). Die Sozialisationseffekte ergeben sich durch den Einblick in das Privatleben bzw. das Auftreten anderer, ganz normaler Menschen. Die dargestellten Erlebnisse, Alltagsmilieus und Handlungsweisen werden für die

Rezipienten zu Deutungsgrößen, an denen sie ihr Verhalten ausrichten können (vgl. Göttlich/Nieland 1997: 191f).

Die Orientierungsleistung hingegen ergibt sich erstens durch die Verarbeitung aktueller Trends und Moden sowie die Zurschaustellung spezifischer Formen des Konsums, Lifestyles und der Körperlichkeit. Film und Fernsehen bieten dem Publikum so eine Fülle an Anschluss- und Identifikationsmöglichkeiten. Göttlich und Nieland gehen gar so weit zu behaupten, dass die Marketingkonzepte, die hinter den Stimuli stehen, die gesellschaftlichen Träger der Individualisierungsprozesse sind. Kurzum: Aufgrund der Alltagsdramatisierung eignen sich unterhaltungsfördernde Angebote hervorragend zur Präsentation und Inszenierung von modernen Gütern und Dienstleistungen (vgl. Göttlich/Nieland 1998: 180ff).

Zweitens sind durch den beschriebenen Wandel Fernsehformate entstanden, die sich besonders zum Aufbau parasozialer Interaktionen bzw. Beziehungen eignen. Die Rede ist von Talkshows: *„Der Talk-Moderator kann als Idealtyp einer Persona gesehen werden: er ist ein non-fiktionaler Charakter und existiert nur in seiner Funktion für das Publikum.“* (Thallmair/Rössler 2001: 181) Durch den freundschaftlichen Umgang mit den Gästen schafft er Vertrauen und fördert das Gemeinschaftsgefühl. In Kombination mit den eigenständig wirkenden Handlungsweisen der Persona verleiht der vermeintliche Live-Charakter der Sendung dem Ganzen Authentizität – der/die Zuschauer/in hat das Gefühl, direkt dabei zu sein (vgl. Thallmair/Rössler 2001: 181). Auch die scheinbar persönliche Adressierung des Publikums, bspw. in Form der Begrüßung, fördert das Zustandekommen parasozialer Kontakte. Thallmair und Rössler dazu:

„Durch die anfängliche Begrüßung weiß der Fernsehzuschauer, dass die interpersonale Interaktion im Studio zwischen Moderator und Gästen nur für ihn bestimmt ist und dass dieses Gespräch ohne Kameras nie statt finden würde. Das Gespräch ist nicht Selbstzweck, es ist für das (Fernseh-)Publikum inszeniert.“ (Thallmair/Rössler 2001: 182)

Weiters erhöht sich aufgrund der Frequenz (meistens tägliche Ausstrahlung) die Kontaktchance und damit auch die Möglichkeit, parasozial mit der Persona zu interagieren (vgl. Thallmair/Rössler 2001: 182). Das bedeutet jedoch nicht, dass sich die Suche nach fiktiven Kontaktmöglichkeiten nur auf Talkshows beschränkt. Auch andere unterhaltungsfördernder Stimuli, wie bspw. Quizshows oder Reality Soaps, bieten in abgeschwächter Form eine Arena für derartige Interaktionen. Wichtig ist stets, dass eine Persona als Freund, Ratgeber oder Vorbild durch die Sendung führt. Damit erfüllen unterhaltungsfördernde Stimuli auch den zweiten Punkt der Orientierungsfunktion: Sie bieten den Zuschauer/innen Kontaktmöglichkeiten an.

Drittens unterscheidet sich das Leben von Menschen grundlegend nach Region und Kultur. Deswegen hat die Thematisierung des Alltags im Rahmen non-fiktionaler unterhaltungsfördernder Fernsehstimuli zur Regionalisierung der Produktionen geführt. Das heißt, die Gäste stammen bewusst aus demselben geografischen Raum wie das Zielpublikum. Die Themen und Konflikte sind für die Region von Belang und werden sowohl aus aktuellem Anlass als auch aufgrund ihrer latenten Bedeutung ausgewählt. Derartige Angebote erbringen somit auch die letzte orientierungsfördernde Leistung nach Ronneberger: die Darstellung von zeit- und raumgerechtem Verhalten.

Das bedeutet jedoch nicht, dass fiktionale Angebote, die in einem anderen Land (z.B. USA) produziert wurden, nicht auch zeit- und raumgerecht gestaltet werden können. Ihre Codierung erfolgt jedoch auf Basis eines breiteren Spektrums, wodurch sich ihr Zuschauerkreis wesentlich erweitert (vgl. Saxer 1989: 127). Dem sind jedoch Grenzen gesetzt: So werden sich bspw. die Orientierungsleistungen asiatischer Produktionen aufgrund der kulturellen, geografischen und normativen Diskrepanzen für den europäischen Raum stets in Grenzen halten.

Auf Basis dieser Betrachtungen kann man unterhaltungsfördernden audiovisuellen Angeboten durchaus eine soziale Orientierungsfunktion attestieren. Göttlich und Nieland unterstreichen gar diese Rolle, da Nachrichtenformate und Informationssendungen vom jüngeren Publikum immer seltener rezipiert werden. Ihre Orientierungsleistungen können sie daher nur mehr bedingt erbringen (vgl. Göttlich/Nieland 1998: 37f).

Eine weit weniger komplexe soziale Funktion der Massenmedien wird als Rekreationsfunktion bezeichnet. Die Medien helfen dem Menschen, die Sorgen des Alltags zu vergessen bzw. ein wenig Abstand von den „*Mühen der Zivilisation*“ (Burkart 1998: 376) zu gewinnen. Schmitz betont, dass sich vor allem audiovisuelle Unterhaltung zur Rekreation eignet. Der/Die Rezipient/in kann den Ernst des Alltags vorübergehend ausblenden und seine/ihre Freizeit mit einer positiven Tätigkeit zubringen (vgl. Schmitz 1995: 25ff). Bereits Ronneberger hat erkannt, dass sich unterhaltende Beiträge hervorragend dazu eignen, „*Zerstreuung und Gehenlassen*“ (Ronneberger 1971: 50) hervorzurufen. Dehm konnte im Rahmen ihrer Studie zum Thema Fernsehunterhaltung die Rekreationsthese auch aus Zuschauerperspektive bestätigen. Die Mehrheit der Befragten gab an, Spaß, Entspannung und Abwechslung nach der Tageshetze als Funktion von fernsehvermittelter Unterhaltung besonders zu schätzen (vgl. Dehm 1984: 171). So besteht kein Zweifel, dass unterhaltungsfördernde audiovisuelle Stimuli einen wesentlichen Beitrag zur Erfüllung der Rekreationsfunktion leisten.

Die letzte soziale Funktion von Massenmedien ist die Integrationsfunktion. Imhof et al. betonen, dass man sich diesem Phänomen aus vielerlei Perspektiven nähern kann:

„Unterscheiden lassen sich entsprechend die handlungstheoretisch ansetzenden Theorien der Sozialintegration (Norm- und Wertintegration), die handlungs- und systemtheoretisch operierenden Theorien der Sozial- und Systemintegration (Norm- und Wertintegration und Inklusion in eigenlogische Funktionssysteme) sowie schließlich die rein systemtheoretisch argumentierenden Perspektiven (Inklusion in Systeme und strukturelle Koppelung zwischen den Systemen).“
(Imhof et al. 2002: 7)

Im Folgenden soll der Fokus auf einer handlungs- und systemtheoretischen Perspektive liegen, da das Individuum im reinen Systemfunktionalismus keinen Platz mehr findet. Ronneberger definiert unter Rückgriff auf Parson Integration als Beziehungsmodus, in dem die Einheiten eines Systems zusammenwirken und somit den Zerfall desgleichen verhindern (vgl. Ronneberger 1985: 13f). Mit dem Begriff System ist in Bezug auf die Massenmedien die Gesellschaft gemeint.

Gesellschaften befinden sich in einem ständigen Wandel. Sie tendieren dazu, ihre Strukturen zu erweitern, wodurch konflikträchtige Beziehungen entstehen können. Nach Ronneberger liegt es jedoch im Interesse aller Beteiligten, derartige Spannungen zu vermeiden (vgl. Ronneberger 1985: 5f). Wie kann jedoch ein spannungsbedingtes Auseinanderklaffen der Gesellschaft verhindert werden?

Es gilt, in einem ersten Schritt die Differenzen herauszustreichen, um in einem zweiten Schritt nach ihren Ursachen zu fragen. Der dritte Schritt bestehe schließlich in der *„Ausöhnung der Gegensätze und der Konfliktlösung“* (Ronneberger 1985: 6). Das Integrationspotenzial der Massenmedien erkennt Ronneberger vorwiegend im Setzen der ersten beiden Schritte. Das heißt, sie können Unterschiede und Gegensätze erklären, aber auch das Gemeinsame betonen. Sie dringen in das soziale Bewusstsein der Menschen ein und artikulieren deren Bedürfnisse (vgl. Ronneberger 1985: 6ff). Schulz beschreibt die einzelnen integrativen Leistungen von Massenmedien wie folgt:

„Massenmedien vermitteln Normen, Werte, Verhaltensmuster an eine Vielzahl von Menschen; sie beziehen Randgruppen und Minoritäten in den gesellschaftlichen Diskurs ein; sie schaffen durch Auswahl und Bericht über wichtige Ereignisse eine gemeinsame Erfahrung [...]; sie stellen Öffentlichkeit her für gesellschaftlich relevante Themen und Probleme; sie reduzieren die soziale Komplexität und speziell die Erwartungen und Forderungen an das politische System, schaffen politisches

Vertrauen und Systemunterstützung und tragen zur Akzeptanz politischer Entscheidungen bei; und sie liefern Stoff für Gespräche, schaffen eine gemeinsame Gesprächsbasis und ermöglichen es, mitreden zu können.“ (Schulz 1999: 90)

Integration vollzieht sich also über (massenmediale) Kommunikation. Jarren ist der Überzeugung, dass selbst die Debatte über das Phänomen Integration fördert (vgl. Jarren 2000: 23). In welchem Ausmaß können nun unterhaltungsfördernde Stimuli integrativ wirken?

Göttlich und Nieland attestieren Daily Talks, Daily Soaps und den Real Life Soaps integrativen Charakter. Sie tragen vor allem bei Jugendlichen zur Orientierung und Identitätsbildung bei und fördern Prozesse der Selbstausslegung (vgl. Göttlich/Nieland 2002: 220ff).

Auch im Hinblick auf die zwei Integrationsstufen nach Ronneberger lassen sich Potenziale erkennen. Im Rahmen der Alltagsdramatisierung behandeln die erwähnten Formate häufig Gegensätze und kulturelle Unterschiede. Eine Talkshow zum Thema Sexualität oder Religion gehört heute ebenso zum täglichen Fernsehprogramm wie die Verflechtung einer Medienfigur mit Migrationshintergrund in den Plot einer Seifenoper. Unterhaltungsfördernde Stimuli präsentieren demnach verschiedenste Gruppen und Lebensformen, mit dem Ziel, Vorurteilen und Stereotypen entgegenzuwirken. Soziale und kulturelle Differenzen werden aufgezeigt, um in Folge diskursiv Verständnis dafür zu generieren. Der/Die Rezipient/in nimmt über seinen/ihren eigenen Erfahrungshorizont hinausgehend die Gesellschaft als Ganzes wahr und kann sich mit ihr identifizieren bzw. fühlt sich ihr zugehörig (vgl. Maletzke 2002: 71).

Eine allzu oft vernachlässigte Voraussetzung für diese Wirkung ist der Zugang zu den Massenmedien. Sowohl technische als auch sprachliche Barrieren müssen überwunden werden, wenn sämtliche Gesellschaftsmitglieder von den sozialen Funktionen und somit auch von den integrativen Leistungen des Fernsehens profitieren sollen. Aus technischer Perspektive sind in der Zwischenzeit kaum noch Defizite zu beklagen, immerhin verfügen in Österreich rund 98 % der Haushalte über mindestens ein Fernsehgerät (vgl. ORF-Medienforschung 2010: Entwicklung der Haushaltsausstattung 1986-2010). Sprachliche Barrieren existieren hingegen immer noch. So gelangen Herczeg und Busch zu dem Schluss, dass für sprachliche Minoritäten in Österreich, wie Slowenen in Kärnten oder Kroaten im Burgenland, nicht das Fernsehen, sondern vor allem das Radio zur interkulturellen Integration beiträgt. Die Produktion ist kostengünstiger und nicht so zeitintensiv wie beim Fernsehen (vgl. Herczeg 2009: 88ff; Busch 1994:277ff). Busch dazu:

„Für den Einsatz der großen Kommunikationsmittel (Fernsehen, Kino usw.) ist die Breite der Nachfrage ausschlaggebend. Die Regional- und Minderheitensprachen können sich jedoch nur auf einen engen kulturellen Markt stützen.“ (Busch 1994: 278)

Einer besonderen Sprachgemeinschaft bleibt selbst diese Option verwehrt: den Gehörlosen. Aufgrund des fehlenden Sinns ist es ihnen nicht möglich, den Programmen des Radios zu lauschen. Sie sind auf visuelle Reize angewiesen, auch ihre Sprache (Österreichische Gebärdensprache), die als solche im Jahr 2005 in Österreich anerkannt wurde, basiert auf sichtlichen Symbolen. Trotz der eigenen Kultur und Sprache werden sie nicht als ethnische Minderheit anerkannt, da es – im Gegensatz zu den slowenischen und kroatischen Minderheiten – außerhalb Österreichs keine Nation gibt, die den Gehörlosen als ursprüngliche Heimat zugeordnet werden kann (vgl. Herczeg 2009: 72). Der Versuch, sie über die Medien interkulturell zu integrieren, wie es Geißler und Weber-Menges beschreiben (vgl. Geißler/Weber-Menges 2009: 28ff), wird daher gar nicht erst unternommen. Ihr Status entspricht dem von Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen, das heißt, sie werden als behinderte Mitbürger von den Medien berücksichtigt. Was das für die Integrationsfunktion des Fernsehens und ganz speziell für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Österreich bedeutet, soll in einem späteren Kapitel erläutert werden.

4.1.2) Politische Funktionen

Die politischen Funktionen umfassen jene Leistungen, welche die Massenmedien für das demokratisch organisierte, politische System erbringen (vgl. Burkart 2002: 390). Die Grenze zu den sozialen und ökonomischen Funktionen verläuft jedoch in einigen Fällen fließend.

Neben dem Herstellen von Öffentlichkeit resp. der Veröffentlichung von Informationen lassen die Massenmedien auch Parteien, Verbände und Interessensgruppen „zu Wort kommen“. Burkart bezeichnet die Medien daher als Sprachrohr für demokratisch akzeptierte Vereinigungen. Als solches bereiten sie Informationen auf und verleihen ihnen einen speziellen Klang. Sie übernehmen nicht nur das Vermitteln, sondern auch das Übersetzen. Dem Wähler soll dadurch die Möglichkeit geboten werden, sich angemessen am demokratischen System zu beteiligen. In Kombination bezeichnet Burkart diese Leistungen als Artikulationsfunktion (vgl. Burkart 2002: 393f).

Die Herstellung von Öffentlichkeit ist eine Leistung, die auf Metaebene erbracht wird und nur schwer auf einzelne Stimuli heruntergebrochen werden kann. Der Konnex zum Phänomen Unterhaltung ist daher sehr simpel: Durch die Veröffentlichung von Stimuli fördern Medien das Unterhaltungserleben von Rezipienten. Bei der

Artikulationsfunktion gilt es, diesen Zusammenhang etwas differenzierter zu betrachten. Generell lassen sich zwei Tendenzen erkennen, die eine zunehmende Verbindung mit dem Phänomen Unterhaltung implizieren. Erstens deutet immer mehr darauf hin, dass sich Politiker und ihre Parteien im Rahmen von politischen Ereignissen bewusst in Szene setzen. Schicha betont, dass Politik heute den Prinzipien der Produktwerbung folgt – sie wird inszeniert, personalisiert und performed (vgl. Schicha 2003: 6ff). Zweitens führen die Medien diese Tendenz fort und gestalten die Präsentation der Informationen derart, dass die Rezeption unterhaltsam wirkt. So gelangen Göttlich und Nieland zu dem Schluss:

„Mit Blick auf den politischen Vermittlungsprozeß (sic!) in den Massenmedien fällt auf, daß (sic!) die für die fiktionalen Erzählungen relevanten Dimensionen des Privaten und Intimen anscheinend auch für die politische Berichterstattung eine immer größere Bedeutung erlangen. Schon jetzt scheint es zur Normalität politischer Berichterstattung zu gehören, Politik als Freizeitangelegenheit großer Männer darzustellen, wenn diese mit Strickjacken bekleidet im kleinen, gespielt freundschaftlichen Kreis Weltpolitik entscheiden.“
(Göttlich/Nieland 1997: 192)

Göttlich und Nieland konstatieren, dass diese Tendenz gar so weit ginge, dass es den Anschein habe, dass zentrale politische Kriegsentscheidungen auf dem Golfplatz fallen. Sie bezeichnen diese Form der medialen Inszenierung als Polit-Soap (vgl. Göttlich/Nieland 1997: 193) und konstatieren, dass *„aufgrund der herausragenden Stellung der Soap Operas [...] die Erzählkonventionen dieses Genres anscheinend auch maßgebend für die politische Berichterstattung“* (Göttlich/Nieland 1997: 193) seien. Damit deuten sie an, dass die Medien genauso an diesem Wandel beteiligt sind wie die Politik selbst.

Die Tendenz, Informationen unterhaltsam zu präsentieren, beschränkt sich jedoch nicht nur auf die politische Berichterstattung. Es handelt sich um ein Themen übergreifendes Phänomen, dem sich sowohl die privaten als auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verschrieben haben. In der Fachliteratur häufig als Infotainment bezeichnet (z.B. Klöppel 2008, Wirth 2000, Wegener 2000 etc.) zielt diese Darstellung darauf ab, den Rezipient/innen das Gefühl zu geben, gut informiert und gleichzeitig unterhalten zu werden. Damit soll die stetig sinkende Akzeptanz der Zuschauer für Informationssendungen wieder erhöht werden (vgl. Klöppel 2008: 16f).

Klöppel betont, dass sich jedoch nicht nur die Darstellungsweise, sondern auch die Themen verschoben hätten. Sowohl bei den privaten als auch bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbietern ließe sich ein *„Rückgang der politischen*

Berichterstattung zugunsten von Human-Touch-Themen“ (Klöppel 2008: 11) erkennen. Thussu beschreibt diesen Wandel folgendermaßen:

„There has been a shift towards lifestyle, celebrity, entertainment and celebrity crime/scandal in the news and away from government and foreign affairs.“ (Thussu 2007: 27f)

Weiters setzen die Sender zunehmend auf die Visualisierung und Emotionalisierung von Informationen – reine Sprechnachrichten gebe es kaum noch. *„Soft News“* (Klöppel 2008: 11) scheint das neue Schlagwort zu sein, an dem sich beide Anbieter orientieren (vgl. Klöppel 2008: 9ff).

Die Mitteilung politischer Informationen befindet sich demnach im Wandel. Der bewusst inszenierte Auftritt demokratisch legitimierter Akteure und die unterhaltsame Darstellung von politischen Informationen zeugen davon, dass die Artikulationsleistungen des Fernsehens zusehends im Unterhaltungsmodus erbracht werden. Damit können sowohl Jugendliche als auch an Politik weniger interessierte Menschen besser erreicht werden.

Unterhaltung als Metaemotion kann jedoch durch jeden Stimulus erzeugt werden. Bereits vor diesem Wandel war es möglich, bei der Rezeption von Nachrichtenformaten Unterhaltung zu erleben. Durch die neue Stilisierung erhöht sich nun für die Masse des Publikums diese Wahrscheinlichkeit. Göttlich, Nieland und Schicha erkennen darin eine Reihe von Gefahren. Was sie jedoch nicht berücksichtigen, ist die Möglichkeit, dass künftig die Artikulation von Hintergrundinformationen schwerpunktmäßig von anderen Massenmedien erfüllt werden könnte. Sollte sich in den nächsten Dekaden die Theorie bestätigen, dass das Fernsehen immer mehr zum Unterhaltungsmedium wird, ist davon auszugehen, dass gleichzeitig das Internet und/oder die Zeitung primär zu Informationszwecken rezipiert werden.

Die Vermittlung politischer Sozialisation und Bildung zählt ebenfalls zu den Aufgaben, welche die Massenmedien für das politische System erbringen. Dabei sind die beiden Phänomene kaum voneinander zu trennen, denn Sozialisation ist nach Ronneberger ein lebenslanger Lernprozess, der maßgeblich Einstellung und Verhaltensweisen beeinflusst (vgl. Ronneberger 1971: 50f).

Politische Sozialisation bezieht sich dabei auf das Erlernen politischer Verhaltensweisen (z.B. Wähler, Parteigänger, Opponent). Es handelt sich nach Bonfadelli um den *„Erwerb politischer Kompetenz im Rahmen der Ausdifferenzierung*

einer politischen Rolle [...] unter Einschließung von kognitiven, affektiven, konativen und motivationalen Dimensionen“ (Bonfadelli 1981: 337f).

Die Funktion der Massenmedien besteht dabei in der aktiven Bereitstellung politischer Informationen. Sie dienen als Quelle für die Entwicklung eines grundlegenden politischen Verständnisses (vgl. Bonfadelli 1981: 338). Durch die Vermittlung aktueller und teilweise brisanter Informationen schaffen sie weiters die Voraussetzungen für eine individuelle politische Meinungsbildung. Der Einfluss anderer Sozialisationsinstanzen, wie der Familie oder dem Freundeskreis, darf natürlich nicht vernachlässigt werden. Dennoch sind es die Medien, die den politischen Sozialisationsprozess mit aktuellen Informationen sowie der Verbreitung von Normen und Werten beständig forcieren (vgl. Burkart 2002: 394f; Schmitz 1995: 182; Ronneberger 1971: 50ff).

Bonfadelli glaubt, dass vorwiegend klassische Informationssendungen in der Lage sind, politische Sozialisation zu forcieren (vgl. Bonfadelli 1981: 338ff). Mast ist diesbezüglich anderer Ansicht und betont:

„Auch Unterhaltungssendungen vermitteln Leitbilder und Muster für soziales und politisches Verhalten. Vermutlich spielen sie durch ihre verdeckt ‚informierende‘ Tendenz eine ebenso große Rolle wie Informationssendungen, die sich in diesem Sinne ausdrücklich an den Bürger wenden.“ (Mast 1989: 106)

Egal ob es der Gang zur Wahlurne, die Gehälter der Politiker oder die fragwürdigen Ansichten einer Partei sind, Politik ist Thema in Talkshows, Seifenopern und Boulevard-Magazinen. Es wird diskutiert, was richtig und was falsch ist, wer was schlecht macht und was sich ändern muss. Gottschalk dazu:

„Gerade das vielgefächerte Angebot eines Unterhaltungsprogramms mit seinen immer wiederkehrenden Klischees, mit seinen eingefahrenen Ritualen und >>eingestanzten<< Abläufen, mit seiner bequemen und vorprogrammierten Dramaturgie und Ästhetik und mit seiner direkten Wirkung, die keinerlei Bereitschaft zur Reflexion und zur Relativierung des Gesehenen erforderlich macht, ist in höchstem Maße dazu geeignet, Leitbilder zu erzeugen und Verhaltensweisen zu initiieren, die im politisch-sozialen Verhalten der Fernsehkonsumenten eine nachhaltige Rolle spielen können – auf jeden Fall eine viel größere Rolle, als etwa politische Sendungen, die solche Probleme direkt ansprechen (...).“ (Gottschalk 1971: 104)

Neben der Politisierung unterhaltsamer Sendungen lässt sich, wie bereits erwähnt, auch eine Entertainisierung informierender Sendungen feststellen. *„Das zeigt, dass*

Unterhaltung und Politik (vor allem Gesellschaftspolitik), Showbedürfnis und Bewusstseinsbildung sehr viel miteinander zu tun haben und dass je nach Bedarf das eine in den Dienst des anderen treten kann.“ (Gottschalk 1971: 105)

Nur schwer von der Sozialisations- bzw. Informationsfunktion zu trennen ist die politische Bildungsfunktion. Bildung darf jedoch nicht mit Wissensvermittlung oder -aneignung gleichgesetzt werden. Im Anschluss an Humboldt findet sich im Brockhaus folgende Definition des Begriffs:

„Bildung bedeutet Anregen aller Kräfte, damit diese sich über die Aneignung der Welt in wechselhafter Ver- und Beschränkung harmonisch-proportionierlich entfalten und zu einer sich selbst bestimmenden Individualität führen, die in ihrer Idealität und Einzigartigkeit die Menschheit bereichert.“
(Brockhaus Bd. 3 1996: 330)

Ronneberger glaubt weiters, dass dem Individuum durch Bildung jene Erfordernisse zu eigen werden, die es braucht, um die Umwelt zu gestalten und von den bereitgestellten Gütern und Dienstleistungen Gebrauch zu machen (vgl. Ronneberger 1980: 39).

Auf das politische System bezogen bedeutet Bildung die Entwicklung eines Verantwortungsbewusstseins für die Zukunft, basierend auf einer geordneten Vorstellung und abgeleitet von gesellschaftlich anerkannten Normen (vgl. Brockhaus Bd. 3 1996: 331). Dazu ist es wichtig, das politische Geschehen aufzunehmen, zusammenhängend zu verstehen und sich im besten Fall eine Meinung bilden zu können (vgl. Burkart 2002: 395). Die Mitteilung des politischen Geschehens ist demnach ein konstituierender Faktor im Bildungsprozess. In diesem Punkt kommen die Massenmedien ins Spiel: In Form von Sekundärerfahrungen vermitteln sie die politischen bzw. gesellschaftlichen Ereignisse und Begebenheiten.

Dieser Mitteilungsakt kann jedoch unterschiedlich gestaltet werden. Ronneberger unterscheidet diesbezüglich Beiträge mit Belehrungsabsicht (z.B. Ratschlagspublizistik, Vortragszyklen, Theateraufführungen) von Beiträgen der aktuellen Berichterstattung. Dennoch räumt er ein, dass auch unterhaltende Formate Bildungselemente enthalten (vgl. Ronneberger 1980: 40ff).

Die aktuellen Entwicklungen deuten darauf hin, dass Bildung und Unterhaltung viel enger miteinander verbunden sind, als Ronneberger vermutet hat. Sowohl Bildungsformate mit Belehrungsabsicht als auch die aktuelle Berichterstattung werden zunehmend mit Stilmitteln ergänzt, die das Unterhaltungserleben fördern. den Rezipient/innen werden dadurch die Aufnahme bzw. das Lernen erleichtert. Er speichert eine Information, die im Unterhaltungsmodus aufgenommen wird, im emotionalen Bereich ab (vgl. Gottschalk 1971: 109). Dadurch bleiben die Inhalte

„fester und andauernder im Zuschauer haften als etwa didaktisch mitgeteilte Sachverhalte“ (Gottschalk 1971: 109).

Die vierte und letzte politische Funktion der Massenmedien ist die Kritik- und Kontrollfunktion. Im demokratischen System gelten Medien rein formell gesehen eher als Kritikinstanz. Ihre Kontrollfunktion ist aufgrund des Defizits an Sanktionsmöglichkeiten stark eingeschränkt. Sie können lediglich auf politische Missstände hinweisen bzw. die Bedenken von Dritten artikulieren. Darin erkennt Burkart wiederum eine Form von Kontrolle: die Kontrolle über die Kritik. Diese Art von Kontrolle darf nicht unterschätzt werden. Durch die Veröffentlichung bzw. Androhung einer Veröffentlichung kann bereits eine Verhaltensänderung hervorgerufen werden (vgl. Burkart 2002: 395).

Der Konnex zwischen Kritik und Unterhaltung ist wesentlich älter als viele der modernen Medien. Man könnte sogar sagen, dass die Kritik- und Kontrollfunktion ihren Ursprung in der Unterhaltung findet, denn bereits bei Hofe war es dem Narren gestattet, im Spaß Kritik an seiner Hoheit zu üben. Ein ähnliches Phänomen findet sich heute bei den Kabarett- und Comedy-Formaten. Mit viel Humor und Ironie werden das politische und das gesellschaftliche Geschehen „auf die Schippe genommen“.

Aber auch andere Formate weisen auf gesellschaftliche Missstände hin. Themen, wie Alkoholmissbrauch, die Anwendung von Gewalt in der Familie oder Diskriminierung, sind sowohl bei regionalen als auch internationalen Filmproduktionen allgegenwärtig. Es handelt sich hier um Kultur übergreifende, globale Phänomene, durch die sich der Zuschauer manchmal nicht direkt angesprochen fühlt. Anders ist das bei lokalen Unterhaltungsproduktionen, wie Talkshows und Talkmagazinen. Dort werden aktuelle lokale bzw. regionale Missstände aufgegriffen, diskutiert und kritisiert. So schreibt Plake:

„Je nach Art der Talkshow können außer den Beziehungskonflikten auch konkrete Probleme, so etwa der Bau einer Autobahn oder eines Flugplatzes, die drohende Schließung eines Großunternehmens oder die Einführung einer neuen Technologie, Gegenstand der Debatte sein.“ (Plake 1999: 138)

Demnach tragen auch die Unterhaltungsangebote bis zu einem gewissen Grad dazu bei, dass die Medien ihre Kritik- und Kontrollfunktion erfüllen.

4.1.3) Ökonomische Funktionen

Die ökonomischen Funktionen sind jene Leistungen, welche die Massenmedien für das kapitalistische System bzw. die unmittelbare Kapitalverwertung erbringen (vgl. Burkart 2002: 398).

An erster Stelle steht dabei die Zirkulationsfunktion. Durch Kommunikation bzw. Information beschleunigen die Medien die Ware-Geld-Beziehung. Vor allem der Werbung wird diesbezüglich ein hoher Stellenwert eingeräumt. Sie präsentiert die Produkte in einem sozialen Umfeld und schafft persönliche Bezüge (vgl. Burkart 2002: 398f).

Abgesehen von dem Faktum, dass auch die Werbung zusehends Unterhaltungselemente einbaut, dienen nach Göttlich und Nieland Seifenoperen als Plattform für die Präsentation und Bewerbung neuer Güter und Dienstleistungen. Sie werden derart in die Handlung eingeflochten, dass sie sich automatisch mit positiven Werten aufladen. Vor allem die Hersteller von Waschmittel, Speiseöl, Zahnpasta und Haferflocken haben sich dieser Form des Marketings verschrieben (vgl. Göttlich/Nieland 1998: 190). Die Zirkulation von Waren wird demnach auch durch unterhaltungsfördernde Angebote stimuliert.

In Anlehnung an Holzer verweist Burkart auf ein Bündel weiterer Leistungen, welche die Massenmedien für das ökonomische System erbringen: Wissensvermittlung, Sozialtherapie und Legitimationshilfe. Indem sie Informationen über die Wirtschaft bzw. Gesellschaft vermitteln, kann das Individuum im Bedarfsfall eine kompetente Entscheidung treffen. Weiters helfen sie dem Rezipienten, seine eigene soziale Situation zu deuten, zu rechtfertigen und gegebenenfalls zu kompensieren. Diese Leistungen sind sehr eng mit den sozialen Funktionen verbunden, weshalb sie analog dazu von unterhaltungsfördernden Formaten erbracht werden können. Das gilt auch für die regenerative Funktion der Massenmedien:

„Sie besteht darin, daß (sic!) durch die Befriedigung der Informations- und Unterhaltungsansprüche des Publikums [...] die Masse der Werktätigen jene Gratifikationen erhält, die sie benötigt, um einigermaßen entspannt, physisch erholt und psychisch motiviert neuerlich an die Arbeit zu gehen.“ (Burkart 2002: 402)

Die regenerative Funktion ist demnach eng mit der sozialen Rekreationsfunktion verbunden. Für viele Werktätige besteht das Abendprogramm darin, nach dem Essen mit der Familie zuerst den Abendnachrichten und dann einem unterhaltenden Fernsehfilm zu folgen. Die positive Valenz von Unterhaltung stimmt das Individuum froh, es kann sich erholen und auf einen weiteren Tag in der Arbeit vorbereiten.

Die dritte und letzte ökonomische Funktion von Massenmedien bezeichnet Burkart in Anlehnung an Holzer als herrschaftliche Funktion (vgl. Burkart 2002: 402). Damit versucht er, das Phänomen zu benennen, dass alle massenmedialen Inhalte das gesellschaftliche Organisationsprinzip unterstreichen und festigen. Der Autor selbst betont, dass auch unterhaltungsfördernde Angebote ihren Beitrag dazu leisten:

„Im Grunde tragen nämlich alle massenmedialen Informations- und Unterhaltungsangebote letztlich zur Legitimierung und Propagierung des gesellschaftlichen Ordnungsprinzips (zur kapitalistisch geprägten Marktwirtschaft) bei, auf dem sowohl die Existenz der Medien als auch die der Gesellschaft insgesamt basiert.“ (Burkart 2002: 402)

Unterhaltungsfördernde Angebote tragen demnach ebenso zur Erfüllung der ökonomischen Funktionen audiovisueller Medien bei wie andere Angebote. Hinsichtlich der Zirkulations- und Regenerationsfunktion mag ihnen gar besondere Bedeutung zukommen.

4.1.4) Informationsfunktion

Die Informationsfunktion der Massenmedien ist nach Burkart eine übergreifende Funktion, welche die Erweiterung des individuellen Erfahrungshorizonts durch die Vermittlung von Sekundärerfahrungen bezeichnet. Nachdem Kenntnis und Unkenntnis subjektive Kategorien sind, hängt es vom Rezipienten ab, was er als Information einstuft und was nicht (vgl. Burkart 2002: 402ff).

Vor allem den Nachrichtenformaten wurde attestiert, diese Funktion zu erfüllen. Entlang einer Werteskala (z.B. Verständlichkeit, Objektivität, Vollständigkeit) bereiten sie Informationen auf und konstruieren so eine Welt, die das Individuum sekundär erschließen kann (vgl. Burkart 2002: 402ff). Wenig Berücksichtigung fanden hingegen die Effekte von Unterhaltungsangeboten. Doch auch sie leisten einen wesentlichen Beitrag zur Erfüllung der Informationsfunktion. Aufgrund der subjektiven Ausprägung des Informationsbegriffs kann jedes Unterhaltungserleben auch informierend wirken. Früh definiert Unterhaltung daher bewusst als Informationsverarbeitungsprozess.

Information und Unterhaltung lassen sich also nicht trennen. Der Begriff Informationsfunktion erscheint daher nicht mehr zeitgemäß. Vielmehr handelt es sich um eine Erfahrungsfunktion, die sowohl in informierendem als auch unterhaltendem Modus erbracht werden kann.

Unterhaltungsfördernde audiovisuelle Angebote nehmen also eine bedeutende Rolle in der Gesellschaft ein. Sie erfüllen eine Reihe sozialer, politischer und ökonomischer

Funktionen und erfreuen sich meist höchster Popularität. Vor diesem Hintergrund erscheint es umso wichtiger, dass nicht nur der Zugang zu Information, sondern auch zu Unterhaltung gesichert ist. Das Kino ist überwiegend profitorientiert, weshalb es stets versucht, mit seinem Programm die breite Masse anzusprechen. Dadurch wird seine Unterhaltungsorientierung zwar begünstigt, doch besteht kaum Interesse daran, das Programm Minderheiten oder Menschen mit besonderen Bedürfnissen zugänglich zu machen. In Europa sind öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten hingegen dazu verpflichtet. Eine Reihe gesetzlicher Vorgaben – sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene – sorgen dafür, dass zumindest das öffentlich-rechtliche Fernsehen für alle Menschen zugänglich sein muss. Im Folgenden werden diese Vorgaben am Beispiel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich näher beleuchtet.

4.2) Die Sicherstellung audiovisueller Unterhaltung

In vielen europäischen Staaten hat sich das sogenannte duale Rundfunksystem durchgesetzt, mit dem privaten Rundfunk auf der einen und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf der anderen Seite. Während sich der private Rundfunk über Werbeeinnahmen finanziert, kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk auf Gebühren zurückgreifen. Damit geht er aber auch eine Reihe von Verpflichtungen ein, die dem privaten Rundfunk nicht auferlegt werden. Zu diesen Verpflichtungen gehört meist die Integration von Unterhaltung in das öffentlich-rechtliche Programm. Dieser Verpflichtung kommen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zum Leidwesen der Privaten sehr gerne nach, da sie hohe Einschaltquoten verspricht. Eine weniger geliebte Auflage hingegen ist die Verpflichtung, das öffentlich-rechtliche Programm allen Gesellschaftsteilen gleichermaßen zugänglich zu machen, so auch Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen. Diese Verpflichtung ist für die Rundfunkbetreiber mit hohen Kosten verbunden, weshalb sie meist nur Mindeststandards erfüllen. Wie sich die Situation in den einzelnen Mitgliedsstaaten der EU gestaltet, hat Lischka in ihrer Dissertation ausführlich dargelegt (vgl. Lischka 2008). Daher soll im Rahmen dieser Arbeit lediglich ein Blick auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Österreich geworfen werden.

4.2.1) Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Österreich

Der Österreichische Rundfunk, kurz auch ORF genannt, ist eine Stiftung öffentlichen Rechts, die unter anderem zwei österreichweit empfangbare Fernsehvollprogramme anbietet. Der Marktanteil dieser Programme liegt deutlich über dem anderer bundesweit ausgestrahlter Fernsehprogramme. Selbst im innereuropäischen

Vergleich gilt der ORF als Spitzenreiter unter den öffentlich-rechtlichen Anbietern (vgl. Woelke 2010: 17ff).

4.2.2) Das Recht auf Unterhaltung

Bei der Gestaltung seiner Programme ist er an spezifische Vorgaben gebunden, die in Form des öffentlich-rechtlichen Auftrags im ORF-Gesetz festgehalten werden. Darin fixiert ist auch die Darbietung von Unterhaltung (ORF-G §4. Abs.1 Pkt.8). So ist der ORF dazu verpflichtet, *„ein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anzubieten“* (ORF-G §4. Abs.2 Z1-2).

Die Vermittlung von Information wird zusätzlich von internationalem Recht gestützt, wie bspw. Artikel 19 der UN-Resolution 217A (III), besser bekannt als allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die 1948 von der Generalversammlung verabschiedet wurde. Darin wird die Freiheit, *„über Medien jeder Art [...] Informationen und Gedankengut zu suchen“* (Generalversammlung der Vereinten Nationen: UN-Resolution 217A (III). AEM. Art.19 Z.2-3), als Grundrecht des Menschen deklariert. Ähnliches gilt für Artikel 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention. Darin wird die persönliche *„Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten oder Ideen“* (Kanzlei des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte: EMRK Art.10 Abs.1 Z.2-3) festgehalten. Unterhaltung scheint auf dieser Legislaturebene leider kein Thema zu sein, es sei denn, man setzt das Phänomen mit Ausdrücken, wie Gedankengut oder Ideen, gleich. Sicherlich enthalten unterhaltungsfördernde Stimuli Elemente dieser Art, gemeint waren ursprünglich jedoch andere Formen der Kommunikation. Es besteht also auf europäischer oder internationaler Ebene kein explizites Recht auf Unterhaltung – auf nationaler Ebene allerdings schon.

In den Programmrichtlinien wird der Unterhaltungsbegriff des ORF ein wenig spezifiziert. So wird bspw. die Trennschärfe zur Information aufgehoben. Unterhaltsame Angebote können nach den Programmrichtlinien auch informieren und primär informierende Formate analog dazu unterhalten (vgl. ORF: P-RL Abs. 1.1. Z.13-14):

„Das Programmangebot hat anspruchsvolle Inhalte gleichwertig zu enthalten und sich zugleich an den Interessen des Publikums zu orientieren. Diese beiden Ziele bedeuten keinen Gegensatz, vielmehr die Anregung an die Gestalter/innen, anspruchsvolle Inhalte auch massenattraktiv zu machen und publikumswirksame Angebote mit Anspruch zu versehen.“
(ORF: P-RL Abs. 1.4.8 Z.1-5)

Dies bestätigt, dass die bereits beschriebene Tendenz des Infotainments auch vor dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Österreich keinen Halt macht. Weiters wird der Mehrwert unterhaltender Formate betont. Sie können die Verhaltensweisen, das Selbstverständnis und die Identität des Zusehers positiv beeinflussen, Informationen und Wertvorstellungen vermitteln und das menschliche Bedürfnis nach Entspannung und Anregung befriedigen. Daher sollen bei der Produktion nicht die kommerziellen Interessen im Vordergrund stehen, sondern die Wahrung der Menschenwürde, der Persönlichkeitsrechte und der Privatsphäre. Vorurteile und Gewaltanwendung dürfen nicht gestützt werden. Unterhaltung muss dem Lebens- und Zeitgefühl des Publikums entsprechen und den Qualitätsanspruch, der vor allem für das Hauptabendprogramm gefordert wird, erfüllen (vgl. ORF: P-RL Abs. 1.4.9; Abs.1.6.3; Abs. 2.3).

„Eine massenattraktive Sendung kann dann anspruchsvoll im Sinne des ORF-G sein, wenn z.B. Bildung, soziale Kompetenz oder kontroverse Themen auch auf unterhaltende Art und Weise vermittelt werden. Solche Sendungen können nicht nur die Erwartungen des Publikums unterhalten zu werden, erfüllen, sondern bieten zudem einen Mehrwert, der das Publikum anregt und auffordert, sich mit den angesprochenen Themen auseinander zu setzen.“ (ORF: P-RL Abs. 1.2.6. Z.1-6)

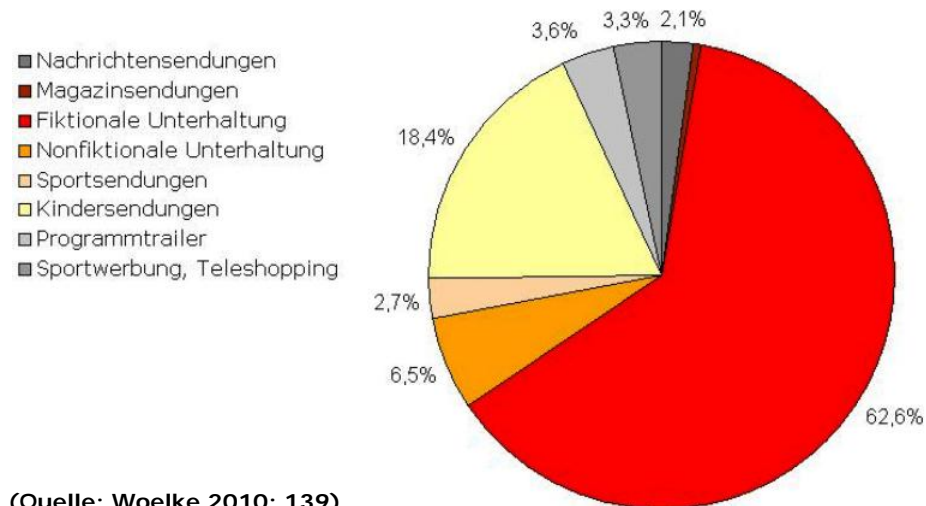
Anspruch geht also einher mit der kognitiven Aktivität des Zusehers. Anspruchsvolle Formate regen den Zuschauer zum Nachdenken an. Dabei müssen nicht immer Gesellschaft und Politik im Mittelpunkt stehen. Probleme des menschlichen Miteinanders können ebenso Impulse dazu liefern wie Gegebenheiten der Vergangenheit oder Gegenwart (vgl. ORF: P-RL Abs. 1.2.8 Z.1-5):

„Qualität und Anspruch können in Filmen und Serien verwirklicht sein, die ethische, gesellschaftliche und soziale Werte ebenso thematisieren wie zwischenmenschliche, kulturelle oder geschichtliche Ereignisse und somit anregen, sich damit auseinander zu setzen, auch wenn es über den Subtext passiert. Diese Kriterien können in einer Komödie ebenso erfüllt werden wie auch in einem ernsten Drama. Erfährt der/die Zuseher/in etwas über sich und seine/ihre Mitmenschen, erhält er/sie Denkanstöße oder Lösungsansätze, wird man Filmen und Serien Anspruch nicht absprechen können, auch wenn sie auf den ersten Blick unterhaltend wirken.“ (ORF: P-RL Abs. 1.2.8 Z.5-13)

Der Unterhaltungsbegriff, der in den Programmrichtlinien vertreten wird, zeugt von einer sehr weiten, aber durchaus fortschrittlichen Auffassung, die sich im realen Programm auch widerspiegelt. In ORF1 machen jene Sendungen, die tendenziell das Unterhaltungserleben fördern, einen Anteil am Gesamtprogramm von über 90% aus.

Dazu gehören nicht nur fiktionale und nonfiktionale Formate, sondern auch Magazin-, Sport- und Kindersendungen (vgl. Woelke 2010: 139).

Abb. 11 Programmstruktur ORF1 (Frühjahr 2009)



(Quelle: Woelke 2010: 139)

Auch in ORF2 lässt sich ein relativ hoher Anteil unterhaltender Stimuli feststellen. Zwar dominieren in den dort gezeigten Magazinsendungen, Reportagen und Dokumentationen sachliche und politische Themen, dennoch erreicht der Sender im Jahr 2009 einen Anteil von rund 45% unterhaltender Formate (vgl. Woelke 2010: 139). Dazu zählen auch die Interview- und Talkformate, da sie sich mit Human Touch-Themen ebenso häufig beschäftigen wie mit Kontroversen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft (vgl. Woelke 2010: 165).

Die Frage, ob der ORF das Unterhaltungserleben seiner Zuschauer zu steigern versucht, kann mit einem klaren Ja beantwortet werden. Woelke betont, dass ORF1 über eine Unterhaltungsorientierung verfügt, wie sie bei keinem anderen deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Sender zu finden ist (vgl. Woelke 2010: 109). Das Programmprofil von ORF2 scheint sich grundsätzlich davon abzuheben, verfügt dennoch über einen recht hohen Anteil an Unterhaltungsformaten:

„ORF 2 dagegen stellt sich als Vollprogramm mit einem ausgeprägt binnendifferenzierten Programmprofil dar, das neben „Unterhaltung“ in Form von Filmen, Serien und Shows fast alle fernsehpublizistischen Sendungsformate einsetzt, um Informationen zur Meinungsbildung, zur Bildung, zur Beratung, aber auch zur Unterhaltung („Human Touch“ und Sport) zu vermitteln.“ (Woelke 2010: 110)

Das Publikum zu unterhalten, ist demnach ein klares Ziel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich. Dieser gesetzlich festgelegten Verpflichtung kommt das

Unternehmen vor allem mit den Programmen auf ORF1 nach. Ein etwas ausgewogeneres Programm bietet sich auf ORF2. Dennoch liegt der Unterhaltungsanteil des Senders über dem Durchschnitt, verglichen mit dem deutschen ZDF oder dem schweizerischen SF1 (vgl. Neumüller 2010: 28).

Als öffentlich-rechtliche Stiftung unterliegt der ORF jedoch nicht nur Vorgaben hinsichtlich des Programms. Aufgrund der Gebührenfinanzierung wird von ihm abverlangt, Public Values zu generieren, also Werte für die Öffentlichkeit zu schaffen bzw. sich am Gemeinwohl zu orientieren (vgl. Lackner 2010: 15). Einer der elementarsten Public Values stellt der barrierefreie Zugang zu Mediendiensten dar (vgl. Lackner 2010: 24). Dieser ist sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene rechtlich gesichert.

4.2.3) Das Recht auf gleichen Zugang

Das Recht auf gleichen Zugang zu den Programmen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens ist sowohl im nationalen als auch internationalen Kontext von zwei Seiten gesichert: einerseits durch Rechtsakte, welche die Medien direkt betreffen (z.B. EU-RL 2007/65/EG, AVMD-Richtlinie, ORF-Gesetz uvm.), andererseits durch Gesetze, welche die Gleichstellung von Menschen mit besonderen Bedürfnissen garantieren (UN-Behindertenrechtskonvention, BGSt-Gesetz uvm.).

Im Folgenden werden ohne Anspruch auf Vollständigkeit zuerst jene Rechtsakte betrachtet, welche die Medien direkt betreffen. In der EU-Richtlinie 2007/65/EG über die Ausübung der Fernseh Tätigkeit werden die öffentlich-rechtlichen Medien in ihrer *„informierenden, unterhaltenden und die breite Öffentlichkeit bildenden Funktion“* (Amtsblatt der Europäischen Union 2007: RL 2007/65/EG L332/29 Abs.18 Z.2-4) dazu angehalten, durch *„Gebärdensprache, Untertitelung, Audiobeschreibung und leicht verständliche Menüführung“* (Amtsblatt der Europäischen Union 2007: RL 2007/65/EG L332/35 Abs. 64 Z.6-7) ihre Dienste auch Menschen mit Behinderungen zugänglich zu machen. Begründet wird diese Forderung mit der Notwendigkeit, diesen Menschen die ohnehin schwierigere Teilnahme am sozialen und kulturellen Leben zu erleichtern. Daher ist in Artikel 3c desselben Dokuments, ähnlich wie in Artikel 7 der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD), festgelegt, dass die Mitgliedsstaaten ihre öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten darin bestärken müssen, ihr Angebot schrittweise auch für sehbehinderte und hörgeschädigte Menschen zugänglich zu machen (vgl. Amtsblatt der Europäischen Union 2007: RL 2007/65/EG L332/40 Art.3c; Amtsblatt der Europäischen Union 2010: Richtlinie 2010/13/EU Art.7. Abs.1 Z.1-3). Im Jahr 2008 veröffentlichte das Europäische Parlament eine bereits 2007 verfasste schriftliche Erklärung (vgl. Europäisches

Parlament 2007: SE 0099/2007), um dieser Forderung mehr Nachdruck zu verleihen. Darin wird betont, dass in Europa über *„83 Millionen Menschen von einem vollständigen oder teilweisen Hörverlust betroffen“* (Europäisches Parlament 2007: SE 0099/2007 S.2/2) sind. Das Europäische Parlament sieht es daher als Aufgabe der Europäischen Union, den gleichen Zugang zu den Mediendiensten sicherzustellen. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen muss seinen Auftrag auch für Sehbehinderte und Hörgeschädigte erbringen. Für gehörlose Rezipient/innen wird die Methode der Untertitelung favorisiert:

„Das Europäische Parlament, 1. vertritt die Ansicht, dass die Untertitelung aller öffentlich-rechtlicher Fernsehprogramme in der EU unerlässlich ist, um zu gewährleisten, dass alle Zuschauer, einschließlich der Tauben und Schwerhörigen, Zugang zum vollständigen Programmangebot haben.“ (Europäisches Parlament 2007: SE 0099/2007 2/2 Pkt.1)

Das Europäische Parlament fordert die Kommission dazu auf, einen Gesetzesentwurf vorzulegen, mit dem die Untertitelung der öffentlich-rechtlichen Programme verbindlich wird (Europäisches Parlament 2007: SE 0099/2007 2/2 Pkt.2). Ein Appell, der überrascht, wenn man bedenkt, dass aufgrund des Subsidiaritätsprinzips die gesetzgebende Kraft der EU stark eingeschränkt ist. Lischka erkennt darin einen der Hauptgründe für die schleppende Verankerung der Untertitelung. Die EU könne meist nur Empfehlungen aussprechen, aber keine bindenden Vorschriften. Das Ausmaß der Realisierung obliege allein den Mitgliedstaaten (vgl. Lischka 2008: 260).

In Österreich wurde das ORF-Gesetz 2010 einer Novellierung unterzogen. Die Empfehlungen der EU-Richtlinien über Mediendienste wurden dabei weitestgehend berücksichtigt. Der barrierefreie Zugang zu Sendungen, die nicht der Sparte Information zuzurechnen sind, wird nun in §5 Abs. (2) geregelt:

„Darüber hinaus ist dafür zu sorgen, dass der jeweilige Anteil der für Hör- und Sehbehinderte barrierefrei zugänglich gemachten Sendungen durch geeignete Maßnahmen kontinuierlich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2010 nach Anhörung von für den Bereich der Hör- und Sehbehinderten repräsentativen Organisationen einen Plan zum weiteren Ausbau des barrierefreien Zugangs zu den Fernsehprogrammen gemäß § 4 Abs.1 Z2 und zu seinem Online-Angebot einschließlich Maßnahmen zur etappenweisen Umsetzung zu erstellen. [...] Mittelfristig ist vom ORF eine Untertitelung aller seiner Fernsehsendungen mit Sprachinhalten anzustreben.“ (ORF-G i.d.F. 2010 §5 Abs.2 Z3-11)

Der barrierefreie Zugang zu den Fernsehprogrammen des ORF wird also schrittweise ausgebaut. 2010 wurde der Programmanteil untertitelter Sendungen von 33% auf über 45% gesteigert (vgl. ORF Kundendienst 2010: ORF Teletext für Hörbehinderte). Für das Folgejahr war ein Zuwachs von weiteren zehn Prozentpunkten geplant. Im Bereich der Tonsubstitution durch Gebärdensprache sollte es keine Änderungen geben (vgl. ORF Kundendienst 2010: weiterer Ausbau der Barrierefreiheit von ORF-Programmen).

Zusätzlich zur Jurisdiktion im Medienbereich finden sich in der Behindertenrechtsprechung eine Reihe von Bestimmungen, die den Medienzugang betreffen. Im Hinblick auf die Rezeption von unterhaltungsfördernden Stimuli erscheint vor allem Artikel 30 der UN-Konvention über die Rechte von Menschen mit Behinderungen (Generalversammlung der Vereinten Nationen 2007: UN-Res. 61/106 CRPD), kurz auch Behindertenrechtskonvention genannt, besonders interessant:

„1. States Parties recognize the right of persons with disabilities to take part on an equal basis with others in cultural life, and shall take all appropriate measures to ensure that persons with disabilities: (a) Enjoy access to cultural materials in accessible formats; (b) Enjoy access to television programmes, films, theatre and other cultural activities, in accessible formats (Generalversammlung der Vereinten Nationen 2007: UN-Res. 61/106 CRPD Art.30 Abs.1 Z1-6)

Das Wertvolle an diesem Artikel ist, dass der Zugang, aber nicht der Inhalt des Programms festgelegt wird. Während die allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die Europäische Menschenrechtskonvention und viele andere Akte lediglich den Zugang zu informierenden Formaten sichern, legt Artikel 30 der Behindertenrechtskonvention fest, dass auch andere Programmelemente schützenswert sind. Darunter fallen auch jene, die primär der Unterhaltung dienen. Ohnehin legt die taxative Aufzählung jener Elemente, die zugänglich gemacht werden sollen (kulturelle Aktivitäten, Filme, Theateraufführungen etc.), eine Verbindung zum Thema Unterhaltung nahe. Im Gegensatz zur europäischen Medienrechtsprechung legt die Behindertenrechtskonvention besonderen Wert auf die Verwendung der Gebärdensprache, da sie sowohl die Identität als auch die Kultur gehörloser Menschen präge (vgl. Generalversammlung der Vereinten Nationen 2007: UN-Res. 61/106 CRPD Art.30 Abs.4).

Auch in den UN Standard Rules für die Herstellung von Chancengleichheit für behinderte Menschen (vgl. Generalversammlung der Vereinten Nationen 1993: UN-

Res. 48/96) wird der barrierefreie Zugang für Gehörlose gefordert, allerdings nicht mit derselben Vehemenz wie in der Behindertenrechtskonvention.

In Österreich gibt es also sowohl das Recht auf audiovisuelle Unterhaltung als auch das Recht auf einen gleichberechtigten Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten. Das bedeutet, dass Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen das gleiche Recht darauf haben, fernsehvermittelte Unterhaltung zu erleben, wie andere auch. Dieses Recht wird sogar auf internationaler Ebene gestützt.

4.3) Fazit: Unterhaltung für alle – mit Recht!

Unterhaltung wurde lange Zeit als würdeloser Zeitvertreib des einfachen Volkes betrachtet. Diese Sichtweise hat sich in den vergangenen Jahren mit dem Aufkommen der Unterhaltungsforschung grundlegend geändert. Eine Vielzahl von Autoren hat sich mit den Elementen und Funktionen einzelner audiovisueller, unterhaltungsfördernder Formate beschäftigt und nachgewiesen, dass diese im Hinblick auf die Gesellschaft durchaus nützliche Eigenschaften besitzen. Diese Erkenntnisse, die sich auf einer Mikroebene bewegen, wurden mit den Funktionen von Massenmedien nach Burkart in Relation gesetzt, um auf Mesoebene eine allgemeine Beschreibung der Funktionen von audiovisuell vermittelter Unterhaltung zu schaffen. Das Ergebnis dieser Beschreibung ist eindeutig: Unterhaltung erfüllt heute eine Reihe wichtiger Funktionen – sowohl für die Gesellschaft als auch für das Individuum.

Vor diesem Hintergrund ist es nicht weiter verwunderlich, dass das Angebot und der Zugang zu Unterhaltung von der öffentlichen Hand sichergestellt werden. So ist z.B. das öffentlich-rechtliche Fernsehen in Österreich gesetzmäßig dazu verpflichtet, Unterhaltung in sein Programm zu integrieren und sämtlichen Bevölkerungsschichten zugänglich zu machen – auch jenen Menschen, die unter einer Sinnesbeeinträchtigung leiden. Dies gilt nicht nur für Österreich, sondern für den ganzen EU-Raum. Wie die einzelnen Länder und ihre Rundfunkanstalten mit dieser Verpflichtung umgehen, hat Lischka ausführlich in ihrer Dissertation dargelegt (vgl. Lischka 2008).

Für gehörlose und hörbeeinträchtigte Menschen muss der Ton daher substituiert werden. Während dies bei den verschiedenen Nachrichtenformaten bereits seit einigen Jahren gängige Praxis ist, wird der Unterhaltungsbereich erst schrittweise erschlossen. Mithilfe von Untertiteln oder Dolmetsch-Einblendungen werden die Inhalte aufbereitet. Können diese jedoch den Ton adäquat ersetzen? Welche Vor- und

Nachteile bieten die einzelnen Methoden? Ist es sinnvoll, im Unterhaltungssektor dieselben Methoden anzuwenden wie bei den Nachrichten?

5) Formen der Tonsubstitution

Es ist fast unmöglich, den Ton audiovisueller Medien angemessen zu substituieren. Das liegt daran, dass sich die Tonspur nicht nur aus Sprache zusammensetzt, sondern auch aus Geräuschen und Musik (vgl. Kap. 4.1.2).

Geräusche dienen dazu, den Wirklichkeitseindruck zu verstärken. Deswegen werden sie stets der realen Situation nachempfunden. Die so geschaffene Geräuschkulisse, wie bspw. die typischen Hintergrundgeräusche an einem Bahnhof (Schritte, Gemurmél, Lautsprecherdurchsagen uvm.) nennt man Atmo. Atmo steht für „atmosphärischer Ton“ und kann nur sehr schwer substituiert werden. Dasselbe gilt für Geräusche, die zur Akzentuierung von Handlungseinheiten verwendet werden, wie bspw. der dumpfe Ton des Faustschlags (vgl. Kap. 3.1.2).

Als große Herausforderung erweist sich auch die Erschließung von Musik auf nicht tonaler Ebene. Musik dient meist der Emotionalisierung des Dargestellten. Eine angemessene Substitution müsste dieselben Effekte erzielen und – falls vorhanden und für die Handlung von essenzieller Bedeutung – den Inhalt transportieren (vgl. Kap. 3.1.2).

Lediglich Sprachelemente können ansatzweise angemessen substituiert werden. Wobei es auch hier zu berücksichtigen gilt, dass Feinheiten, wie Stimmlage, Lautstärke und Tonfall, verloren gehen können.

Für hörbeeinträchtigte Menschen gibt es zwei verschiedene Formen der Tonsubstitution: die Untertitelung und die Einblendung von Gebärdensprach-Dolmetschungen. Beide sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden.

5.1) Einblendung von Untertiteln

Bei Untertiteln handelt es sich um die Einblendung von Textzeilen, mit der Absicht, die Tonspur möglichst vollständig in schriftlicher Form wiederzugeben. Gottlieb definiert sie ein wenig exotischer, indem er schreibt:

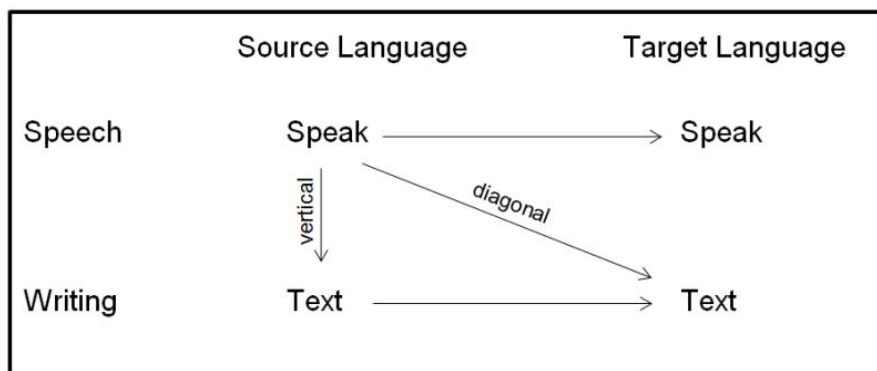
„Subtitling is an amphibian: it flows with the current of speech, defining the pace of reception; it jumps at regular intervals, allowing a new text chunk to be read; and flying over the audiovisual landscape, it does not mingle with the human voices of that landscape: instead it provides the audience with a bird’s-eye view of the scenery.“ (Gottlieb 1994: 101)

Damit deutet er bereits einige der wesentlichen Eigenschaften von Untertiteln an. Bevor diese im Detail vorgestellt werden, soll jedoch eine grundlegende

Unterscheidung getroffen werden: in diagonale und vertikale Untertitel (vgl. Gottlieb 1994: 104).

Man spricht von diagonalen Untertiteln, wenn eine Übersetzung vorliegt, also die ursprüngliche Sprache des audiovisuellen Produkts nicht mit der Sprache der Untertitel übereinstimmt. Damit findet eine zweifache Umwandlung statt: von Laut- in Schriftsprache und von Ausgangs- in Objektsprache (vgl. Gottlieb 1994: 104). Vertikale Untertitel hingegen wechseln nur den Modus von Laut zu Schrift, nicht jedoch die Sprache an sich. Bei vertikalen Untertiteln handelt es sich demnach um die schriftliche Form der Ausgangssprache. Gottlieb bezeichnet sie deshalb auch als intralinguale Untertitel (vgl. Gottlieb 1994: 104f).

Abb. 12 Vertikale und diagonale Untertitel nach Gottlieb (leicht adaptiert)



(Quelle: Gottlieb 1994: 104)

Findet keine Änderung des Sprachmodus statt, bezeichnet man die Beziehung zwischen Ausgangs- und Objektsprache als horizontal. Es handelt sich dann um eine einfache Übersetzung entweder in Lautsprache oder in Textform (vgl. Gottlieb 1994: 104).

Der Wechsel von Laut- in Schriftsprache ist häufig problematisch, da sich die Sub-Codes in vielen Fällen maßgeblich unterscheiden. So betont Gottlieb, dass sich gesprochene Sprache einer Reihe ästhetischer Normen bedient, welche die Schriftsprache nicht kennt:

„Spoken language has different esthetic norms, namely, another placing of certain stylistic features on the axes correct-incorrect, and formal-informal.“ (Gottlieb 1994: 105)

Hinzu kommt, dass das Gespräch von Pausen, abgebrochenen Sätzen, Selbstkorrekturen, Unterbrechungen, schweren Grammatikfehlern, Dialekten uvm. gekennzeichnet ist. Das sind Elemente, die in der Schriftsprache nicht existieren oder

bewusst gemieden werden (vgl. Gottlieb 1994: 105ff). Nach Linde und Kay ändert das den Charakter des audiovisuellen Produkts:

„The substitution of oral discourse by visual textual discourse changes the nature and subsequently the role of the verbal discourse [...]. In contrast to speech, written discourse has its own lexico-syntactic patterns.“ (Linde/ Kay 1999: 17)

Eine Modusänderung bedeutet nach Linde und Kay gleichzeitig eine Änderung der narrativen Struktur, da verbale und visuelle Informationen nicht mehr parallel wahrgenommen werden können. Der Ton wird durch die Verschriftlichung ebenfalls zu einem visuellen Element. Bild und Untertitel müssen in Folge nacheinander verarbeitet werden (vgl. Linde/ Kay 1999: 17f). Nach Diaz-Cintas hat diese grundlegende Eigenschaft einer jeden Untertitelung bereits negativen Einfluss auf das Unterhaltungserleben des audiovisuellen Produkts (vgl. Diaz-Cintas 1999: 35). Luyken leitet daraus die Empfehlung ab, fiktionale Unterhaltungsprogramme, wenn möglich, zu synchronisieren (vgl. Luyken et al. 1991: 130). Eine Option, deren Sinnhaftigkeit stark vom Zielpublikum abhängt.

Die weitere Differenzierung von Untertiteln variiert je nach Autor. Bartoll versucht sich an einer übergreifenden Kategorisierung, indem er technische von linguistischen Eigenschaften unterscheidet. Damit liefert er einen integrativen und relativ umfassenden Ansatz, der in dieser Arbeit verfolgt werden soll (vgl. Bartoll 2004: 54ff).

5.1.1) Technische Aspekte

Bartolls technische Charakterisierung von Untertiteln basiert auf neun Aspekten: Platzierung, Archivierung, Lokalisierung, Mobilisierung, Verfügbarkeit, Zeitpunkt der Aufnahme, Produkt, Kommunikationskanal und Farbe (vgl. Bartoll 1991: 55ff).

Hinsichtlich der Platzierung unterscheidet er zentrierte von nicht zentrierten Untertiteln. Hin und wieder kommt es vor, dass Untertitel direkt bei dem Sprechenden platziert werden. Damit soll dem Zuschauer die Zuordnung des Texts erleichtert werden. In diesem Fall handelt es sich um nicht zentrierte Untertitel. Wesentlich häufiger gelangen jedoch zentrierte zum Einsatz (vgl. Bartoll 1991: 55).

Mit dem Begriff der Archivierung bezeichnet Bartoll die Speicherung von Untertiteln. Diese können direkt auf dem audiovisuellen Produkt oder als eigenständiges Element abgelegt werden. Eng damit verbunden ist die Verfügbarkeit von Untertiteln. Werden sie direkt abgespeichert, spricht man von offenen Untertiteln. Sie bilden eine Einheit mit dem audiovisuellen Produkt und sind für jeden Rezipienten sichtbar. Werden sie

jedoch vom Hauptprodukt separiert, spricht man von geschlossenen Untertiteln. Das bedeutet, dass der/die Rezipient/in die Untertitel aktiv dazuschalten muss. Er/Sie kann demnach frei wählen, ob er/sie mitlesen möchte oder nicht (vgl. Bartoll 1991: 55f). Untertitel für gehörlose und hörgeschädigte Menschen werden häufig separat zur Verfügung gestellt. Die gängigste Technik dabei nennt sich Teletext und wird auch in Österreich eingesetzt.

In Bezug auf die Lokalisierung unterscheidet Bartoll Textzeilen, die über, in der Mitte oder unter dem Bild platziert werden (vgl. Bartoll 1991: 55):

„With the localization in which the subtitles appear we distinguish basically between subtitles, intertitles and surtitles, going underneath, between or above the images respectively.“
(Bartoll 1991: 55)

Ob sich die Untertitel bewegen, also ein- und ausfliegen bzw. Buchstabe für Buchstabe erscheinen, oder ihre Zeit am Bildschirm statisch ausharren, wird von Bartoll unter dem Begriff der Mobilisierung zusammengefasst (vgl. Bartoll 1991: 56). Ivarsson und Carroll betonen jedoch, dass jedwede Mobilisierung von Untertiteln zu vermeiden ist, da sich das menschliche Auge zu sehr auf Bewegung konzentriert. In Folge wird das Bild in den Hintergrund gedrängt und die Rezeption äußerst textlastig (vgl. Ivarsson/ Carroll 1998: 54).

Mit dem Zeitpunkt der Aufnahme versucht der Autor, Live-Untertitel von bereits Vorgefertigten zu unterscheiden. Unter dem einfachen Begriff Produkt subsumiert er die zu untertitelnden Medien (z.B. Kino, Fernsehen, DVD, Computerspiele usw.), deren technische Anforderungen sich teilweise unterscheiden:

„We must also consider the audiovisual product to be subtitled, as each one allows particular combinations of parameters.“
(Bartoll 1991: 56)

Schließlich führt Bartoll noch den Begriff des Kanals ein und bezeichnet damit die Art der Veröffentlichung von Untertiteln. Diese können entweder über das Produkt selbst oder simultan dazu ausgestrahlt werden. Ebenfalls beliebt ist die Verbreitung via Teletext oder, wie im Theater, via Display (vgl. Bartoll 1991: 56f).

Als letzten technischen Aspekt führt der Autor eher widerwillig die Farbe von Untertiteln an. Er betont jedoch, dass diese von einer Vielzahl anderer Faktoren abhängt, die nicht unmittelbar als technisch zu bezeichnen wären (vgl. Bartoll 1991: 57).

5.1.2) Linguistische Aspekte

Bartoll nennt drei linguistische Parameter: die Sprache, den Verwendungszweck und die Adressaten. Hinsichtlich der Sprache unterscheidet er in Anlehnung an Gottlieb zwischen inter- und intralinguistischen Untertiteln. Interlinguistische Untertitel werden hauptsächlich zur Übersetzung von fremdsprachlichen audiovisuellen Produkten eingesetzt, da sich in vielen Regionen die kostenintensive Synchronisation von ausländischen Produktionen nicht lohnt. Bei intralinguistischen Untertiteln ändert sich hingegen nicht die Sprache, sondern nur der Modus (vgl. Bartoll 1991: 57; Gottlieb 1994: 104ff).

Betrachtet man den Verwendungszweck von inter- und intralinguistischen Untertiteln, erkennt man schnell, dass sie sich in diesem Punkt grundlegend unterscheiden. Während die einen dazu dienen, Kommunikation in der Zielsprache zu ermöglichen, versuchen die anderen, gehörlosen und schwerhörigen Menschen den auditiven Inhalt näherzubringen (vgl. Bartoll 1991: 57).

Daraus leitet sich bereits der dritte und letzte linguistische Aspekt ab: die Adressaten. Interlinguistische Untertitel richten sich an Menschen, welche die Ausgangssprache des audiovisuellen Produkts nicht beherrschen oder diese gerade erst erlernen. Im Gegensatz dazu sind intralinguistische Untertitel meistens an hörgeschädigte Menschen gerichtet (vgl. Bartoll 1991: 57f).

In vielen westeuropäischen Ländern wird ein Großteil der importierten audiovisuellen Produkte mittels interlinguistischer Untertitel in der jeweiligen Landessprache zugänglich gemacht. Kennzeichnend für diese Form der Untertitelung ist, dass nur die sprachlichen Elemente verschriftlicht werden – nicht jedoch Geräusche oder Musik. Diese müssen weiterhin über die Tonspur rezipiert werden. Bei der Untertitelung für hörgeschädigte Menschen werden im Gegensatz dazu diese Elemente visualisiert – mithilfe von Symbolen, Icons oder einer kurzen Beschreibung (vgl. Gottlieb 2004: 83ff).

Dennoch profitieren gehörlose und schwerhörige Menschen von der Praxis der interlinguistischen Untertitelung, da sie ihnen zumindest einen teilweisen Zugang zu den Inhalten der audiovisuellen Produkte ermöglicht. In einigen der größeren europäischen Länder, wie Deutschland, Frankreich oder Spanien, werden audiovisuelle Produkte bevorzugt synchronisiert (vgl. Gottlieb 2004: 83). Dies schafft für hörbeeinträchtigte Rezipienten keinerlei Mehrwert. Nur wenn in einem zweiten Schritt die Synchronisation verschriftlicht wird, können sie dem Geschehen folgen. In diesem Fall handelt es sich per definitionem wieder um intralinguistische Untertitel.

Das Recht auf einen gleichberechtigten Zugang zu audiovisuellen, unterhaltungsfördernden Inhalten wird durch interlinguistische Untertitel nicht vollständig abgedeckt (vgl. Linde/Kay 1999: 8). Auch intralinguistische Untertitel sind

nicht zwingendermaßen barrierefrei, da es unterschiedliche Formen gibt. Eine dieser Formen nennt sich Untertitel für hörgeschädigte Personen, kurz auch SDH (subtitles for the Deaf and Hard of Hearing) genannt. Welchen speziellen Kriterien sie entsprechen, wird nun im nächsten Abschnitt eruiert.

5.1.3) Untertitel für Hörgeschädigte (SDH)

Aufgrund der komplexen Zusammensetzung der Tonspur ist eine vollständige Transkription in Form von Untertiteln kaum möglich. Daher müssen die Informationen reduziert werden:

„[...] one of the most characteristic features of subtitling, from a linguistic point of view, is the need for synthesis/reduction.“
(Pereira 2010b: 103)

Diese Reduktion erfolgt nach sprachlichen, orthotypografischen und technischen Qualitätskriterien. Sie wurde jedoch weder auf internationaler noch auf europäischer Ebene vereinheitlicht, weshalb jedes Land über eigene Standards verfügt.

Sprachliche Qualitätskriterien

Qualitativ hochwertige Untertitel für Hörgeschädigte zeichnen sich durch ihre Verständlichkeit aus. Die verbalen Tonelemente werden derart verschriftlicht, dass sie in dem vorgegebenen Zeitrahmen problemlos rezipiert werden können (vgl. Pereira 2010b: 103). Je nach Genre und Inhalt bedarf es dabei einer Vereinfachung bzw. Verkürzung des gesprochenen Wortes.

Unterhaltungsfördernde audiovisuelle Produkte (z.B. Actionfilme, Krimiserien, Telenovelas) sind häufig in ihrer verbalen Ausformung weder besonders dialoglastig noch besonders anspruchsvoll, weshalb eine 1:1-Untertitelung möglich ist. Bei Formaten mit sehr komplexen und langen Dialogen ist dies nicht realisierbar. Die Untertitel werden in Folge gekürzt und vereinfacht. Dabei gilt es, möglichst keine inhaltlichen Defizite hinzunehmen. Ein neuer Trend bei dieser Form der Adaption bildet die Einbindung von Gebärdensprache. Pereira führt am Beispiel der spanischen Gebärdensprache vor, wie einige ihrer grundlegenden Strukturen relativ leicht und für hörende Leser unbemerkt in die Erstellung spanischer Untertitel einfließen können (vgl. Pereira 2010b: 104ff). Bereits mit einfachen Handgriffen, wie der Reihung von Informationen nach Bedeutung und Chronologie, der Platzierung von Zeit- und Raumindikatoren am Anfang eines Textes oder der Vermeidung des Passivs, können Untertitel von gehörlosen Zuschauern, deren Muttersprache die Gebärdensprache darstellt, wesentlich leichter rezipiert werden (vgl. Pereira 2010b: 104f).

Orthotypografische Qualitätskriterien

Bei den orthotypografischen Qualitätskriterien geht es um die richtige Visualisierung von suprasegmentalen Informationen, phonologischen Elementen, Geräuschen und Musik (vgl. Pereira 2010a: 89ff; Linde/Kay 1999: 12f). Zu den suprasegmentalen Informationen zählt Pereira bspw. die Intonation, Akzente, Pausen oder Zögern:

„Suprasegmental information is information which is present in speech but not contained in the phonemes. In the case of this study, we are referring to mainly volume and tone of voice, accents, pauses, hesitation, stuttering, etc.“ (Pereira 2010a: 92)

Sie beeinflussen das Unterhaltungserleben maßgeblich und können auf unterschiedliche Weise repräsentiert werden. Pereira führt den Einsatz von Smileys, kurzen Beschreibungen oder typografischen Symbolen (z.B. Klammern, Punkten) an (vgl. Pereira 2010a: 92f). Smileys oder sogenannte Emoticons eignen sich besonders, um gefühlsbezogene Informationen (z.B. trauriger oder neckischer Tonfall) zu veranschaulichen (vgl. Civera/Orero 2010: 150). Mit einer kurzen separierten Beschreibung am Beginn des Textes können fast alle nonverbalen Informationen vermittelt werden, daher wird diese Option von vielen Autoren und Praktikern favorisiert (vgl. Pereira 2010a: 93). Linde und Kay bezeichnen sie als Transkription und betonen, dass sie auch zur Veranschaulichung von Akzenten herangezogen werden kann. Typografische Symbole, so die Autor/innen, sind indessen eine geläufige Methode zur Visualisierung von z.B. stockenden Antworten oder gedankenversunkenen Blicken. Als Beispiel führen sie die Auslassungspunkte an, die gerne verwendet werden, um Zögern zu indizieren (vgl. Linde/Kay 1999: 13). Was Linde und Kay als phonologische Komponenten bezeichnen, definiert Pereira überwiegend als suprasegmentale Informationen – bis auf eine Ausnahme: Humor. Humor ist ein phonologisches Phänomen, das sich vielfach aus der Interaktion von zumindest zwei der drei semiotischen Ebenen (Bild, Ton, Schrift) audiovisueller Medien ergibt. Ist die Tonebene in diese Interaktion verwickelt, muss ein Substitut gefunden werden, das den humorvollen Charakter der Information nicht zerstört. Besonders problematisch ist dies bei Homofonen, da die verbale Variante nicht zugänglich ist. Manchmal kann dieses Problem gelöst werden, indem die weniger offensichtliche Version in die Untertitel integriert wird (vgl. Linde/Kay 1999: 13f). Suprasegmentale Informationen und Humor als phonologische Phänomene stehen nach wie vor in enger Verbindung mit dem gesprochenen Wort. Es gibt jedoch noch zwei nonverbale orthotypografische Elemente, deren Repräsentation die Qualität von Untertiteln für Hörgeschädigte maßgeblich beeinflusst: Geräusche und Musik (vgl. Linde/Kay 1999: 14; Pereira 2010a: 93f). Beide können nur schwer veranschaulicht

werden und erzielen in ihrer substituierten Form selten dieselben Effekte. Daher werden nur jene Elemente visualisiert, die wichtig für die Handlung sind bzw. essenzielle Informationen transportieren (vgl. Linde/Kay 1999: 14). Die beste Methode dafür ist die Transkription. Geräusche werden dabei kurz umschrieben und Lieder mittels Titel und Text sichtbar gemacht (vgl. Pereira 2010a: 93f; Linde/Kay 1999: 14).

Technische Qualitätskriterien

Zu den technischen Qualitätskriterien gehören die Identifikation des Sprechers bzw. der Sprecherin, die Gestaltung und Dauer der Einblendung sowie die Synchronie (vgl. Linde/Kay 1999: 14ff; Utray et al. 2010: 59ff; Pereira 2010a: 89ff).

Die Identifikation des Sprechers bzw. der Sprecherin kann nach Pereira auf drei Arten erfolgen: Positionierung der Untertitel direkt unter dem jeweiligen Wortführer, Einblendung der Namen der sprechenden Charaktere oder die Zuweisung von verschiedenen Farben. In der Praxis wird die letztgenannte Methode am häufigsten eingesetzt. Dabei ist es wichtig, dass die Zuordnung bereits im Intro erfolgt (vgl. Pereira 2010a: 89):

„(...) we believe that for each programme the viewers must be provided with information regarding the colour assignment used, which, in the case of series, cartoons or programmes with generally the same characters, should always be the same.“
(Pereira 2010a: 89)

Auch Linde und Kay empfehlen den Einsatz von Farben, wobei sie betonen, dass eine exzessive Farbcodierung vermieden werden sollte (vgl. Linde/Kay 1999: 15).

Hinsichtlich der Gestaltung von Untertiteln für Hörgeschädigte haben Untersuchungen ergeben, dass sich vor allem Schriftarten ohne Serifen dafür eignen. Utray et al. heben besonders Arial, Tiresias bzw. Verdana hervor und betonen, dass im Rahmen der digitalen Untertitelung nur diese Schriftarten verwendet werden sollten. Hinsichtlich der Schriftgröße gelangen die Autoren zu dem Schluss, dass Arial Regular die Grenze von 31 Punkten nicht überschreiten sollte. Dasselbe gilt für Tiresias bereits bei 30 und Verdana bei 28 Punkten. Ansonsten besteht die Gefahr, dass der Text für den Bildschirm zu groß wird. Diese Maße beziehen sich jedoch auf das Format PAL 4:3, weshalb sie keine Gültigkeit für 16:9 Bildschirme besitzen (vgl. Utray 2010: 67).

Ivarsson und Carroll beschäftigen sich mit der Leserlichkeit von Untertiteln. Dabei stellen sie fest, dass helle Schrift auf dunklem Hintergrund die praktikabelste Lösung für gut sichtbare Untertitel darstellt. Häufig wird dies mittels einer „*Black box*“ (Ivarsson/Carroll 1998: 45) erreicht. Muss dennoch Farbe eingesetzt werden (z.B. zur

Erkennung des Sprechers), gibt es neben Weiß ein kleines Farbspektrum (Gelb, Cyan, Grün), das ebenfalls gut leserlich ist (vgl. Linde/Kay 1999: 15). Ihre spezielle Aufmerksamkeit schenken Ivarrson und Carroll den Teletext-Untertiteln. Sie betonen, dass diese je nach Textlevel nicht besonders lesefreundlich sind:

„The teletext character generators in the television sets produce monospaced „typewritten“ text and the definition and discernibility of the characters is very poor.“ (Ivarrson/Carroll 1998: 47)

Die meisten Rundfunkanstalten im europäischen Raum verbreiten Untertitel für Hörgeschädigte via Teletext. Umso bedenklicher sind die Einschränkungen, die diese Technik begleiten. Der Fortschritt hat jedoch auch vor dem Teletext keinen Halt gemacht, weshalb die neueren Versionen (Level 2.5-3.5) bereits wesentlich leichter zu rezipieren sind (vgl. Ivarrson/Carroll 1998: 47).

Im Zusammenhang mit der Lokalisierung von Untertiteln gibt es Untersuchungen, die belegen, dass Hörgeschädigte es bevorzugen, wenn die Textzeilen unterhalb des Bildes verortet werden (vgl. Bartoll et al. 2010: 77; Pereira 2010a: 98).

Eine weitere wichtige Frage in Bezug auf die Gestaltung ist die nach der Anzahl der zu empfehlenden Zeilen. In der Praxis gelangen sowohl Ein- als auch Zweizeiler zum Einsatz. In einer Studie von Pereira geben jedoch 70% der Gehörlosen, die vor dem Spracherwerb ertaubt sind, und 80% jener, die danach das Gehör verloren haben, an, dass sie einzeilige Untertitel bevorzugen (vgl. Pereira 2010a: 98).

Ebenfalls zu den technischen Qualitätskriterien zählt die Dauer der Einblendung. Hierbei gilt es zu berücksichtigen, dass sich der Zuschauer nicht nur auf die Untertitel, sondern auch auf das Bild konzentrieren muss. Demnach dürfen Untertitel nicht der regulären Lesegeschwindigkeit entsprechend eingeblendet werden, sondern müssen etwas länger sichtbar sein. In der Regel verweilen Zweizeiler knapp sechs Sekunden auf dem Bildschirm. Ist der Text sehr kurz oder besteht er nur aus einem Wort liegt die Verweildauer bei mindestens 1,5 Sekunden (vgl. Ivarrson/Carroll 1998: 64f).

Gehörlose leiden jedoch – je nach Zeitpunkt des Hörverlusts – häufig an einer Lese- und Schreibschwäche. So ist es nicht weiter verwunderlich, dass Pereira im Rahmen einer Untersuchung feststellt, dass die Sechs-Sekunden-Regel für Menschen, die vor dem Spracherwerb ihr Gehör verlieren, nicht generell zutrifft (vgl. Pereira 2010a: 98):

„[...] while 93% of the postlocutive deaf participants considered length of display adequate, the number decreased to 77% among the prelocutive deaf participants.“ (Pereira 2010a: 98)

Während die spät ertaubten Proband/innen mit sechs Sekunden ihr Auslangen finden, halten mehr als ein Viertel der früh ertaubten diese Zeitspanne für zu kurz (vgl. Pereira 2010a: 98). In der Praxis wird die Regel trotzdem beibehalten.

Das letzte technische Qualitätsmerkmal besteht in der Synchronie sowohl von Schrift und Sprache als auch von Schrift und Schnitt. Das bedeutet, dass das geschriebene Wort möglichst zeitgleich mit dem gesprochenen erscheinen sollte (vgl. Pereira 2010a: 91). Linde und Kay betonen, dass es für hörgeschädigte Menschen äußerst frustrierend ist, wenn sie ständig mit „*silent moving mouths*“ (Linde/Kay 1999: 15) konfrontiert werden. Minimalste Vor- und Nachlaufzeiten scheinen jedoch das Rezeptionserlebnis nicht negativ zu beeinflussen (vgl. Ivarsson/Carroll 1998: 73; Linde/Kay 1999: 15; Pereira 2010a: 91):

„The conclusion to be drawn from this is that many viewers are not at all disturbed if the subtitles appear anything up to a quarter of a second after the start of speech or dialogue. In fact this small delay may be good: the eye is not drawn to the subtitle until the speaker has been identified.“ (Ivarsson/Carroll 1998: 73)

Linde und Kay konstatieren im Gegensatz zu Ivarsson und Carroll, dass Untertitel zwar absolut synchron mit dem Einsatz des Dialogs erscheinen sollten, es aber für hörgeschädigte Zuschauer/innen kein Problem darstellt, wenn sie bis zu sechs Sekunden nach Beendigung des Sprechaktes noch zu sehen sind (vgl. Linde/Kay 1999: 15). Viel wichtiger erscheint ihnen die Anpassung der Untertitel an den Schnitt (vgl. Linde/Kay 1999: 16).

Untertitel sollten synchron mit dem Schnitt ein- und ausgeblendet werden, da ansonsten ein Bildriss entsteht, der das menschliche Gehirn glauben lässt, dass neue Untertitel eingeblendet wurden. In Folge kehrt das Auge zur ersten Zeile zurück und rezipiert den gesamten Text ein zweites Mal (vgl. Ivarsson/Carroll 1998: 75):

„Subtitles that are allowed to over-run shot changes can cause considerable perceptual confusion. Eye movement research (Baker 1982) has suggested that shot changes which occur while a subtitle is being shown cause viewers to return to the beginning of a partially read subtitle and start re-reading.“ (Linde/Kay 1999: 16)

In der Praxis stellt die Anpassung der Untertitel an den Schnitt häufig eine große Herausforderung dar, da die Bildabfolge aufgrund der technischen Fortschritte in den Bereichen Montage und Schnitt immer komplexer wird (vgl. Linde/Kay 1999: 16).

Bei der Produktion von Untertiteln für Hörgeschädigte gilt es also, eine Reihe von Parametern zu berücksichtigen. Nevel fordert daher, dass die Verantwortlichen eigens dafür geschult werden (vgl. Nevel 2008: 171ff). Dennoch sind Untertitel nicht nur mit Vorteilen für die hörbeeinträchtigte Community behaftet. Welchen Nutzen, aber auch welche Defizite sie bergen, soll im nächsten Abschnitt eruiert werden.

5.1.4) Vor- und Nachteile von Untertiteln für Hörgeschädigte

Eines der Hauptargumente für Untertitel, das von den verschiedensten Rundfunkanstalten auch immer wieder ins Feld geführt wird, sind die Kosten. Die Untertitelung ist die günstigste Methode der barrierefreien Gestaltung von audiovisuellen Medien. Dazu tragen sowohl die geringen Material- als auch die niedrigeren Personalkosten bei (vgl. Ivarsson/Carroll 1998: 33; Diaz-Cintas 1999: 36). Hinzu kommt, dass Untertitel relativ schnell produziert werden können. Der Aufwand steht in keinem Verhältnis zur Synchronisation bzw. Produktion von Dolmetsch-Einblendungen.

Weiters, so Looms, profitieren nicht nur hörgeschädigte Menschen von den Untertiteln, sondern auch jene, denen es schwerfällt, schnell sprechenden Personen zu folgen. Dabei denkt der Autor vor allem an ältere Rezipienten, die häufig Probleme haben, das Vokabular bzw. den Akzent von jugendlichen Darstellern zu verstehen. Ferner ziehen auch Menschen, welche die Landessprache nicht perfekt beherrschen, einen Vorteil aus den Untertiteln (vgl. Looms 2010: 21).

Viele Autor/innen sind der Ansicht, dass Untertitel die Lesekompetenz fördern. Dies gilt sowohl für hörbeeinträchtigte als auch hörende Personen (vgl. Ivarsson/Carroll 1998: 35; Gottlieb 2004: 87).

Schließlich kommt noch hinzu, dass hörgeschädigte Menschen Untertitel mittlerweile gewohnt sind. Dies mag auf den ersten Blick als sehr schwaches Argument gelten. Allerdings belegen viele Studien, dass das Gewohnte gegenüber dem Neuen bevorzugt wird (vgl. Ivarsson/Carroll 1998: 37):

„[...] the audience's preferences are often influenced by habit/conventions. Nevertheless, it is important to point out that these preferences are variable factors.“ (Bartoll et al. 2010: 79)

Die Liste der Defizite ist wesentlich länger als jene der Vorteile. Gleichwohl verlangt sie nach einer differenzierten Betrachtung der Gruppe der Hörgeschädigten. In einem ersten Schritt gilt es, zwischen Schwerhörigen und Gehörlosen zu unterscheiden.

Schwerhörige Menschen leiden an einer Hörbeeinträchtigung, die unterschiedlich stark ausgeprägt sein kann. Die Skala reicht dabei von leichtgradig schwerhörig bis

an Taubheit grenzend. Gehörlose hingegen haben die Fähigkeit zu hören komplett eingebüßt oder verfügen über ein zu vernachlässigendes Restgehör. Innerhalb der Gruppe der Gehörlosen unterscheidet man zwischen prae- und postlingual Ertaubten. Die einen haben ihr Gehör vor, die anderen nach dem Spracherwerb verloren (vgl. Kap. 6.1.2).

Zeitpunkt und Ausprägung der Hörschädigung nehmen einen entscheidenden Einfluss auf die Lesekompetenz der Betroffenen. Menschen, die vor dem Spracherwerb eine schwere Beeinträchtigung ihres Gehörs hinnehmen müssen, leiden sehr häufig an einer Lese- und Schreibschwäche. Am stärksten betroffen ist die Gruppe der prälingual ertaubten Personen, da sie über eine andere Muttersprache verfügen – die Gebärdensprache. Die nationale Lautsprache ist für sie demnach eine Fremdsprache. Die Schwierigkeit für diese Personen besteht darin, den Sprung von einer nicht verschriftlichten Symbolsprache (Gebärdensprache) zu einer verschriftlichten Silbensprache (Nationalsprache) zu bewältigen. In Kombination mit den meist spärlichen Ausbildungsmöglichkeiten führt dies zu schwach ausgeprägten Lese- und Schreibkompetenzen (vgl. Ivarsson/Carroll 1998: 131f; Linde/Kay 1999: 19ff; Montero/Soneira 2010: 36).

Die Einblendung von Untertiteln setzt jedoch voraus, dass die Adressaten über fundierte Kenntnisse der Schriftsprache verfügen. Sie müssen die Textzeilen entziffern und den Zusammenhang verstehen können. Dies trifft jedoch in unterschiedlichem Ausmaß auf die Mitglieder der Hörgeschädigten-Gemeinschaft zu. Damit kann der barrierefreie Zugang mittels Untertitel nicht garantiert werden – ein Defizit, das sowohl von den Vertreter/innen der Gemeinschaft selbst als auch von den Rundfunkanstalten gerne vernachlässigt wird.

Zusätzlich sind Untertitel für Menschen, deren Muttersprache die Gebärdensprache darstellt, nichts anderes als die verschriftlichte Form einer Fremdsprache. In diesem Zusammenhang von einem gleichberechtigten Zugang zu audiovisuellen Medien zu sprechen, ist eine Anmaßung. Ein weiteres Problem für diese Gruppe bilden die kulturellen Unterschiede, die mit der Sprache einhergehen. Martinez-Sierra erkennt dieses Problem vor allem im Hinblick auf die Transformation von Humor:

„[...] a joke may contain, apart from linguistic features, sociocultural elements so specific to a particular language community that, beyond this community, the joke is unlikely to succeed.“ (Martinez-Sierra 2009: 136)

Der Autor betont, dass in manchen Fällen selbst fundierte Kenntnisse der Fremdsprache nicht ausreichen, um den humorvollen Moment zu verstehen:

„The linguistic knowledge, then, is not enough in order to understand certain jokes and some shared knowledge between sender and receiver can be needed for them to be successful.“
(Martinez-Sierra 2009: 136)

Abgesehen von der Sprachbarriere besteht die Problematik, dass Geräusche und Musik mittels Untertitel nicht adäquat substituiert werden können. Eine Transkription des Tons kann nie die Effekte hervorrufen wie der Ton selbst. Dieses systemimmanente Defizit führt auch zu dem Vorwurf, dass Untertitel emotionslos wären. So ist Fong der Meinung, dass sie Farbe und Ausprägung des audiovisuellen Produkts mindern (vgl. Fong 2009: 94). Diaz-Cintas ist derselben Ansicht und betont, dass durch den Moduswechsel und die visuelle Konzentration auf Bild und Text das emotionale Erleben negativ beeinflusst wird (vgl. Diaz-Cintas 1999: 35).

Luyken et al. sind der Auffassung, dass sich die Erschließung von audiovisuellen Produkten mittels Untertitel nicht für alle Formate gleichermaßen eignet (vgl. Luyken et al. 1999: 132):

„It is not sensible to use subtitles in entertainment programmes because subtitles require a concentrated type of attention which is unsympathetic, by and large, to the relaxed mood of entertainment.“ (Luyken et al. 1991: 132)

Die Autor/innen glauben, dass Untertitel zu viel Aufmerksamkeit binden, weshalb sie zu Unterhaltungszwecken ungeeignet sind (vgl. Luyken et al. 1999: 132). Ein weiterer Mangel liegt darin, dass Inhalte häufig gekürzt werden. Dies dient einerseits der Verständlichkeit, bedeutet andererseits aber eine Einschränkung, die es im Lichte des gleichberechtigten Zugangs zu hinterfragen gilt.

Neves zweifelt weiters die Qualität von Untertiteln für Hörgeschädigte an. Sie betont, dass diese von Menschen erstellt werden, die weder besonders geschult noch mit den Einschränkungen einer Hörschädigung vertraut sind:

„In my opinion, the reason why SDH has kept to what I consider to be a poor account of its full potential might be found in the fact that most subtitlers have not been made aware of the complexity and narrative importance of sound in audiovisual text, might have not been taught to hear and listen, or might have not been able to develop efficient re-verbalization techniques.“ (Neves 2008: 178)

Abgesehen von den linguistischen Schwächen kämpfen Teletext-Untertitel auch mit gestalterischen Defiziten, die je nach Textlevel dazu führen, dass die Buchstaben und Zeichen schlecht lesbar sind (vgl. Ivarsson/Carroll 1998: 130).

Abschließend soll noch erwähnt werden, dass sich die Untertitelung eines audiovisuellen Produkts nicht für alle Kommunikationskanäle gleichermaßen eignet. Aufgrund des Größenunterschieds brauchen die Zuschauer im Kino nur 70% der Zeit, die sie vor dem Bildschirm benötigen, um die Untertitel zu entziffern. Deswegen werden sie im Kino relativ kurz eingeblendet – zu kurz für das Fernsehen. Daher müssen die Rundfunkanstalten eigene Untertitel produzieren (vgl. Ivarsson/Carroll 1998: 65f).

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass die Nachteile von Untertiteln die Vorteile überwiegen. Daher scheint es durchaus sinnvoll, alternative Formen des barrierefreien bzw. gleichberechtigten Zugangs in Betracht zu ziehen. Eine dieser Formen ist die Einblendung von Gebärdensprach-Dolmetschungen.

5.2) Einblendung von Dolmetscher/innen

Die Substitution des Tons mittels Einblendung von Gebärdensprach (GS)-Dolmetscher/innen wird von Montero und Soneira überraschenderweise als spezifische Form der Untertitelung bezeichnet (vgl. Montero/Soneira 2010: 38). Kocher hingegen billigt sie als eigene Kategorie des Mediendolmetschens (vgl. Kocher 1999: 35), während sie Ogris, Grbić, Stewart und viele andere Autoren lediglich als Ergebnis des Gebärdensprach-Dolmetschens innerhalb eines bestimmten Settings erachten (vgl. Ogris 2001: 9ff; Grbić 2003: 323; Stewart 1998: 64). Obwohl man den Autor/innen zugestehen muss, dass die Einblendung von GS-Dolmetscher/innen keineswegs einfach zu kategorisieren ist, greifen diese Perspektiven zu kurz.

Gottlieb unterscheidet vertikale, horizontale und diagonale Translationen (vgl. Gottlieb 1994: 104). Untertitel für Hörgeschädigte zählen zu den vertikalen Translationen, da sich der Modus ändert, nicht jedoch die Sprache (vgl. Kap. 5.1). Zu welcher Form zählt jedoch die Einblendung von GS-Dolmetschern?

Mithilfe des Ausschlussprinzips soll diese Frage im Folgenden beantwortet werden. Fest steht, dass sich die Ausgangs- von der Zielsprache eindeutig unterscheidet. Demnach kann es sich nicht um eine vertikale Translation handeln.

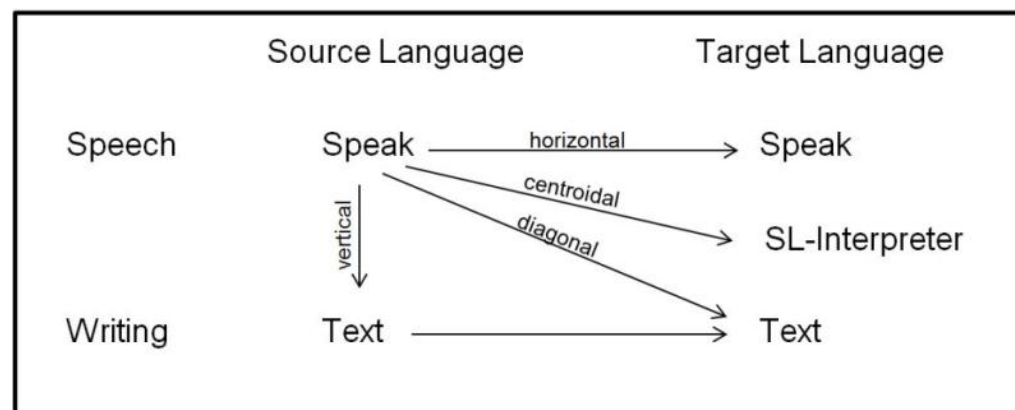
Üblicherweise werden Verdolmetschungen zu den horizontalen Translationen gezählt, da sie zwar einen Sprach-, nicht jedoch einen Moduswechsel bedeuten (z.B. Simultandolmetschen). Bei der Gebärdensprache hingegen wird ein teilweiser Moduswechsel vollzogen. Das gesprochene Wort wird mittels Gebärden visualisiert. Ähnlich wie bei den diagonalen Translationen wird der Ton demnach veranschaulicht. Dennoch unterscheiden sich Dolmetsch-Einblendungen grundlegend von diagonalen Translationen: Sie substituieren den Ton nicht mittels Buchstaben, sondern mittels

visuell-gestischer Zeichen, bestehend aus manuellen Elementen sowie Mundgestik, Mimik, Kopf und Körperhaltung (vgl. Happ 2005: 9ff).

Daraus folgt, dass die Einblendung von Gebärdensprach-Dolmetscher/innen einen Mittelweg zwischen horizontaler und diagonaler Translation beschreitet. Man könnte sie daher als zentroidale Translation bezeichnen. Die Einblendung von Gebärdensprach-Dolmetscher/innen ist demnach eine einzigartige Translationsform.

In diesem Zusammenhang sei angemerkt, dass sich die zentroidale Translation ausschließlich auf den Sprachtransfer von audiovisuellen Medienprodukten bezieht. Sie weist daher eine Reihe von Parallelen zu anderen audiovisuellen Translationsmethoden, wie dem Revoicing oder der Untertitelung, auf, aber auch zu herkömmlichen Settings der Gebärdensprach-Verdolmetschung, wie z.B. dem Theaterdolmetschen.

Abb. 13 Einblendung von GS-Dolmetscher/innen als zentroidale Translation



(erweiterter Entwurf basierend auf Gottlieb 1994: 104)

Um sich vom Charakter der zentroidalen Translation ein besseres Bild verschaffen zu können, werden diese Parallelen im Folgenden erörtert.

5.2.1) Zentroidale Translation

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Einblendung von GS-Dolmetscher/innen steckt nach wie vor in den Kinderschuhen. Obwohl es eine Menge an Veröffentlichungen zu den Herausforderungen des GS-Dolmetschens im Allgemeinen gibt, beschäftigen sich nur Wenige mit audiovisuellen Medien. Diese Wenigen wiederum legen den Fokus auf das Dolmetschen von Nachrichten oder anderen informationsorientierten Formaten – Unterhaltung scheint kein Thema zu sein. Dabei liegt es auf der Hand, dass sich sowohl die GS-Verdolmetschung als auch die Einblendung nach Stil und Ziel des Produkts unterscheiden müssen. Bevor jedoch auf diese Unterschiede Bezug genommen werden kann, wird ein Blick auf die übergreifenden Merkmale geworfen.

Bei der zentroidalen Translation wird eine dreidimensionale Sprache derart codiert und archiviert, dass sie über ein zweidimensionales Medium, wie Fernsehen bzw. Kino, vermittelt werden kann (vgl. Stewart et al. 1998: 66; Steiner 1998: 100). Steiner betont, dass durch diesen Dimensionsverlust die Verständigung mit dem Publikum negativ beeinflusst werden kann (vgl. Steiner 1998: 130). Um dieses Risiko zu minimieren, ist es – ähnlich wie bei Untertiteln – besonders wichtig, dass die visuell-gestischen Zeichen gut sichtbar sind. Dazu tragen die Belichtung, Kleidung und das Make-up des Dolmetschers ebenso bei wie die Größe und Positionierung der Einblendung.

Belichtung und Hintergrund

Stewart et al. geben an, dass vor allem Hände und Gesicht des Dolmetschers gut ausgeleuchtet sein müssen, ohne jedoch Schatten zu werfen. Weiters betonen sie die Bedeutung des Hintergrunds, der eher zurückhaltend gestaltet werden sollte (vgl. Stewart et al. 1998: 62):

„A brightly coloured background creates a bright-light source that will tire the eyes sooner than one that is more subdued. The colour of the background, however, should not blend in with the colour of the interpreters' skin or clothing. Contrast is important to reading signs.“ (Stewart et al. 1998: 62)

Damit deuten die Autoren bereits die nächsten beiden Punkte an: die Bekleidung und das Make-up des Dolmetschers.

Kleidung des Dolmetschers bzw. der Dolmetscherin

Mit seiner/ihrer Bekleidung kann der/die Dolmetscher/in Hände und Gesicht zusätzlich akzentuieren. Daher gilt es, wie beim Bühnendolmetschen, Farben zu wählen, die in Kontrast zur Hautfarbe stehen. Für hellhäutige Dolmetscher/innen bspw. empfiehlt Gebron Lila-, Grün- und Brauntöne sowie verschiedene Blauschattierungen oder ein dunkles Rot. Von glänzenden oder reflektierenden Materialien rät die Autorin dringend ab, da sie zu einer Reizüberflutung führen können (vgl. Gebron 2000: 73f).

Make-up

Sowohl Gebron als auch Stewart et al. unterstreichen die nützliche Rolle von Make-up. Durch die starke Belichtung geht der natürliche Teint verloren. Dies erschwert die Encodierung von nicht manuellen Sprachelementen, wie Mundbild, Mimik und Kopfhaltung. Mit ein wenig Make-up kann diesem Effekt entgegengewirkt werden (vgl. Gebron 2000: 76).

Stewart et al. empfehlen darüber hinaus, die Hände bzw. sämtliche entblößte Hautstellen (z.B. Dekolleté, Hals) zu mattieren, da sie aufgrund der Wärme und des Lichts glänzen können. Dies wiederum würde den Rezeptionsprozess empfindlich stören (vgl. Stewart et al. 1998: 64).

Größe und Positionierung der Einblendung

Eine Einblendung ist eine Bildinformation, mit der ein anderes Bild überlagert wird. Dabei ist das andere Bild meistens der Hauptinformationsträger. Die Größe der Einblendung muss demnach so gewählt werden, dass die Rezeption des Hauptinformationsträgers so wenig wie möglich beeinträchtigt wird. Gleichzeitig muss die Einblendung groß genug zum Entschlüsseln ihrer Informationen sein.

Die Größe der GS-Einblendung hängt also von der Bedeutung des Bilds ab. Bei sehr bildlastigen Inhalten (z.B. Spielfilm) wird sie wahrscheinlich auf ein Minimum reduziert. Bei tonlastigen Inhalten (z.B. Nachrichtenmoderation) kann sie hingegen aufgeblasen werden. Auch der Kommunikationskanal nimmt Einfluss auf die Größe der Einblendung. So mögen Maße, die für die Rezeption im Kino ausreichen, im Fernsehen viel zu klein erscheinen.

Neben der Frage nach der idealen Größe müssen sich die Praktiker auch mit der bestmöglichen Positionierung beschäftigen. Stewart et al. erwähnen, dass der GS-Dolmetscher häufig im linken unteren Bereich des Bilds eingeblendet wird (vgl. Stewart et al. 1998: 64). Allerdings kann er auch rechts oder, wenn mit mehreren Dolmetscher/innen gearbeitet wird, beidseitig positioniert werden. Leider gibt es in dieser Hinsicht keine eindeutige Empfehlung (vgl. Kocher 1999: 37; Stewart et al. 1998: 64).

Gebron betont, dass im Theater die Dolmetscher/innen so positioniert werden, dass sich der berühmte „ping-pong“-Effekt (Gebron 2000: 20) auf ein Minimum reduziert. Die Zuschauer/innen müssen den Blick nicht ständig zwischen Handlung und Dolmetscher/in wechseln. Das sei wesentlich für das Unterhaltungserleben und somit den Erfolg der Aufführung (vgl. Gebron 2000: 20). Wahrscheinlich ist es ratsam, die Reduktion dieses Effekts auch bei der Größe und Positionierung der GS-Einblendung in audiovisuellen Medien zu berücksichtigen.

Ebenfalls kennzeichnend für die zentroidale Translation ist, dass sie für ein virtuelles Publikum geschaffen wird und dem/der Dolmetscher/in außergewöhnliches Tempo abverlangt. Beide Merkmale sind nach Kurz auch charakteristisch für das Mediendolmetschen (vgl. Kurz 2003: 311). Das hohe Tempo hängt mit dem Wunsch zusammen, die GS-Dolmetschung möglichst zeitgleich mit dem Originalton

anzubieten. Der Originalton bleibt dabei erhalten, ähnlich wie bei der Voice-over-Methode (vgl. González 2009: 16).

Weiters sollten, wie beim Bühnendolmetschen, Namen nicht mittels Fingeralphabet, sondern mit Zeichen gedeutet werden. Gebron ist der Ansicht, dass das Fingeralphabet gar nicht oder nur in Ausnahmefällen zum Einsatz gelangen soll (vgl. Gebron 2000: 68ff):

„The best advice I can offer is to fingerspell as little as possible. If you do not have to fingerspell, don't. To try and read fingerspelling from the audience under theatrical lightning conditions, and often from far away, is almost impossible. In addition, it requires the undivided attention of the audience member, pulling their focus away from the action on stage.“
(Gebron 2000: 70)

Neben diesen allgemeinen Merkmalen gibt es je nach Format und Genre noch eine Reihe weiterer Eigenschaften, deren detaillierte Beleuchtung den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Daher soll eine grobe Skizzierung entlang der durchlässigen Grenze von informations- und unterhaltungsorientierten Formaten erfolgen.

5.2.2) Informationsorientierte Formate

Die meisten Formate, die mittels der Einblendung von GS-Dolmetschern für hörgeschädigte Menschen zugänglich gemacht werden, sind dieser Kategorie zuzuordnen. Dies liegt daran, dass im Lichte der drohenden Wissenskluft der Zugang zu Informationen höher bewertet wird als jener zu Unterhaltung. Daher scheint eine Präsentation in der jeweiligen Muttersprache angebracht. Mittelbar wird damit den GS-Einblendungen ein höherer Stellenwert beigemessen als Untertiteln – eine Einschätzung, die auch von einem Teil der Betroffenen mitgetragen wird.

Am häufigsten werden informationsorientierte Formate simultan gedolmetscht. Pöchhacker beschreibt diese Methode wie folgt:

„Der Ausdruck Simultandolmetschen bezeichnet im Prinzip jene Ausführungsweise des Dolmetschens, bei der die Verdolmetschung nicht erst *nach*, sondern *während* der verstehenden Aufnahme der ausgangssprachlichen Rede produziert wird.“ (Pöchhacker 2003: 301)

Das bedeutet, dass der Dolmetscher, der das Gehörte sofort in die Gebärdensprache transferiert, parallel zur Moderation (=Hauptinformationsträger) aufgenommen und eingespielt wird. Bei Nachrichten handelt es sich oft um Live-Formate, weshalb dieser Prozess vielfach in Echtzeit verlaufen muss. Führt man sich die Definition des Mediendolmetschens noch kurz vor Augen, fällt auf, dass sich auch hier einige

Parallelen finden lassen (vgl. Kurz 2003: 311). Dennoch gibt es einen gravierenden Unterschied: Der/Die herkömmliche Simultandolmetscher/in wird gehört, der/die GS-Dolmetscher/in hingegen gesehen.

Kocher betont, dass GS-Dolmetscher/innen nicht nur bei Nachrichtensendungen eingesetzt werden, sondern auch bei Fernsehdiskussionen und informationsorientierten Talkshows. Entscheidend ist dabei, wie und wo der/die Dolmetscher/in platziert wird (vgl. Kocher 1999: 39):

„Bei der Live-Diskussion befindet sich der Dolmetscher unter den Diskutanten, wobei besondere Aufmerksamkeit auf die Positionierung des Dolmetschers gelegt werden sollte. Denn dieser dolmetscht nicht nur für einen oder mehrere gehörlose Diskussionsteilnehmer, sondern auch für jene Gehörlose, die zu Hause vor dem Bildschirm sitzen.“ (Kocher 1999: 39)

Kocher verweist damit auf einen erschwerenden Faktor dieses Settings: Der Dolmetscher muss bilingual arbeiten. Weiters sollte er sich um eine optimale visuelle Präsenz kümmern und im Vorfeld mit dem Setting vertraut machen (vgl. Kocher 1999: 39f). Es gibt jedoch die Möglichkeit, auch bei diesen Formaten mit Einblendungen zu arbeiten. Allerdings müssen dafür gewisse technische Voraussetzungen (z.B. Mikrofon, Kopfhörer, Bildschirme) gegeben sein (vgl. Kocher 1999: 40).

Ein äußerst kontroverses Merkmal der zentroidalen Translation von Informationssendungen ist, dass der/die Dolmetscher/in die Ausführung seiner/ihrer Gebärden an den/die Sprecher/in anpasst. Er/Sie wird nicht als Performer/in wahrgenommen, wie es häufig im Theater der Fall ist (vgl. Gebron 2000: 73), sondern lediglich als Sprachmittler/in. Dies ist vor allem im Hinblick auf die Mimik von essenzieller Bedeutung, da sie mit der Lautstärke von Sprache verglichen werden kann. Ogris skizziert das daraus resultierende Problem wie folgt:

„Richtet man die Aufmerksamkeit auf den Tonfall eines Nachrichtensprechers oder einer Nachrichtensprecherin, so fällt auf, dass die Stimme neutral, um nicht zu sagen monoton, wirkt. Demnach müsste die Mimik der GebärdensprachdolmetscherInnen in diesem Fall angepasst werden und würde daher um vieles weniger deutlich ausfallen, als in einer anderen Dolmetsch-Situation.“ (Ogris 2001: 21)

Die nicht manuellen Elemente der GS sind jedoch genauso wichtig für die Verständigung wie die manuellen. Daher wird diese Praxis vielfach kritisiert (vgl. Ogris 2001: 21).

5.2.3) Unterhaltungsorientierte Formate

Bei der zentroidalen Translation von unterhaltungsorientierten Formaten geht es in erster Linie um den Erhalt der Vision. Gebron betont, dass jede Produktion von einer gewissen Zielvorstellung geleitet wird, die sich in der Vision artikuliert. Der/Die Dolmetscher/in muss diese Vision aufgreifen und sein/ihr Möglichstes geben, um ihr auch in der Zielsprache Ausdruck zu verleihen (vgl. Gebron 2000: 5).

In den meisten Filmen dreht sich der Inhalt um eine Haupt- und mehrere Nebenfiguren. Um diese voneinander unterscheiden zu können, werden sie von verschiedenen Schauspielern dargestellt, die natürlich unterschiedlich klingen. Daher wird bei der Synchronisation solcher Filme darauf geachtet, dass jeder Charakter eine eigene Synchronstimme erhält. Analog dazu müsste auch jedem Charakter ein/eine eigener/eigene GS-Dolmetscher/in zugewiesen werden. In der Praxis sieht die Situation jedoch anders aus:

„In most plays the number of roles requires that interpreters sign for more than one character. Often there are only two to three interpreters signing for a production which includes anywhere from five to forty characters.“ (Gebron 2000: 58)

Gebron betont, dass es einige Standards gibt, die trotz des Mangels an GS-Dolmetscher/innen beachtet werden müssen: So gilt es, das Geschlecht stets einzuhalten, da es auf den Rezipienten irritierend wirkt, wenn eine Frau von einem Mann gedolmetscht wird. Zudem sollte die Zuteilung nach Parteien bzw. Gegnern erfolgen und stets beibehalten werden (vgl. Gebron 2000: 58).

Um die Vision zu erhalten, muss der/die Dolmetscher/in seine/ihre Arbeit an den jeweiligen Charakter anpassen. Er/Sie darf den Text nicht einfach übersetzen, sondern muss ihn inszenieren. Abgeleitet vom Bühnendolmetschen meint Gebron, dass man jeden Satz auf mindestens hundert verschiedene Arten gebärden kann. Die Aufgabe des Dolmetschers/der Dolmetscherin besteht darin, jene Art zu finden, die am besten zur jeweiligen Figur passt (vgl. Gebron 2000: 56):

„If your character is from a more aristocratic background, your sign choices would be much different than if the character is poor and illiterate. For example, a wealthy character might be represented with more formal, two-handed signs, while a poor character would use more informal one-hand signs.“ (Gebron 2000: 56)

Bei der Synchronisation eines Films kämpfen die Praktiker regelmäßig mit einem Phänomen, das Manhart als *„kulturelle Asynchronität“* (Manhart 2003: 264) bezeichnet. Gemeint ist damit, dass das Bild kulturelle Verhaltensweisen zeigt, die im

„Synchrondialog nicht reflektiert werden können“ (Manhart 2003: 264). Dieses Problem kann ebenso bei einer GS-Verdolmetschung auftreten, da mit der Sprache auch eine eigene Kultur einhergeht. Demnach muss der/die GS-Dolmetscher/in nicht nur eine sprachliche, sondern auch eine kulturelle Umcodierung vornehmen. Dies trifft vor allem auf humorvolle, ironische und tabuisierte Inhalte zu. Hier gilt es, *„Fremdartiges [...] durch Vertrautes zu ersetzen“* (Manhart 2003: 264), um den Inhalt nicht bedrohlich wirken zu lassen (vgl. Manhart 2003: 264).

Die GS-Verdolmetschung von unterhaltungsorientierten Formaten weist im Gegensatz zur Bearbeitung von informationsorientierten Sendungen noch eine weitere Parallele zur Methode der Synchronisation auf: Sie erfolgt in zwei Schritten (vgl. Manhart 2003: 264f), d.h., das gesprochene Wort wird zuerst verschriftlicht und dann gebärdet. Leeson spricht in diesem Zusammenhang auch von einer bimodalen Translation (vgl. Leeson 2009: 275). Gebron betont, dass die Auseinandersetzung mit dem Text sehr wichtig ist, da sich der/die Dolmetscher/in im Vorfeld mit der Rolle vertraut machen muss (vgl. Gebron 2000: 56). Die Verschriftlichung sollte dem/der Dolmetscher/in in Form eines Filmskripts zur Verfügung stehen. Scandura gesteht jedoch zu, dass dieses in der Praxis häufig zu spät oder gar nicht eintreffe. In diesem Fall müsse man die Translation auf Basis des audiovisuellen Informationsträgers vorbereiten (vgl. Scandura 1993: 447). Manhart betont, dass es im Sinne der Qualitätssicherung ohnehin notwendig sei, dem/der Dolmetscher/in eine Videofassung des betreffenden Films zukommen zu lassen (vgl. Manhart 2003: 264). Kurzum: Für ein optimales Ergebnis empfiehlt es sich, dem/der GS-Dolmetscher/in sowohl das Skript als auch eine Videofassung des Films zur Verfügung zu stellen.

Die Affinität der zentroidalen Translation zum Bühnendolmetschen bzw. zur Synchronisation von Filmen ist offensichtlich. Allerdings gibt es auch auffallende Ähnlichkeiten zur Methode der Untertitelung. Allen voran sei die Veranschaulichung von Geräuschen und Musik genannt. Diese tragen wesentlich zur Schaffung der Vision bei, weshalb sie für deren Erhalt unbedingt transferiert werden müssen. Die Darstellung von Geräuschen verlangt nach Stewart et al. ein gewisses Schauspieltalent (vgl. Stewart et al. 1998: 120). Der/Die Dolmetscher/in hat aufgrund der nicht manuellen Elemente der GS ein sehr breites Repertoire an Darstellungsmöglichkeiten (z.B. Mimik, Körper- und Kopfhaltung). Allerdings gilt auch hier, ähnlich wie bei der Untertitelung, dass nur die handlungsleitenden Geräusche transferiert werden.

Beim Dolmetschen von Musik hingegen unterscheiden Stewart et al. vier Schwierigkeitsgrade: schlichte Transliteration, schlichte Interpretation, eingeübte Transliteration und eingeübte Interpretation. Bei der schlichten Transliteration wird das Musikstück Wort für Wort gedolmetscht, ohne an den Sinnzusammenhang

anzuknüpfen. Diese Methode wird meistens dann angewandt, wenn der/die Dolmetscher/in das Lied zum ersten Mal hört bzw. simultan arbeitet. Eine weitere Methode, die unter diesen Voraussetzungen eingesetzt werden kann, ist die schlichte Interpretation. Dabei versucht der/die Dolmetscher/in, den Sinnzusammenhang des Stückes zu transferieren, ohne jedoch auf die genaue Wortwahl zu achten. Bei beiden Methoden ist der/die Dolmetscher/in mit dem Problem konfrontiert, dass er/sie ggf. nicht alles versteht, was gesungen wird. Vor allem bei moderneren Stücken ist es oft schwierig, den Künstler zu verstehen. Daher empfehlen Stewart et al., die Dolmetschung von Liedern stets zu proben, wie es bei der eingeübten Transliteration bzw. Interpretation üblich ist. Dabei wird das Stück auf Basis des Textes einstudiert, nicht auf Basis der Melodie. Dies soll garantieren, dass das Stück auch ohne Melodie erfolgreich aufgeführt werden kann (vgl. Stewart et al. 120f). Dem/Der Dolmetscher/in steht dafür verschiedene Techniken zur Verfügung:

- „• Creating visual pictures through their signing, while preserving the rhythm of the music by the rate of signing.
- Using a small degree of body movement, but not dancing.
- Braking compound signs to fit the rhythm of the song as in BROTHER = BOY + SAME
- Prolonging the signs movement to show the duration of the word it represents
- Changing facial expression appropriately
- Making nonsign body and arm movements during musical interludes
- Practicing signing each signs gloss while mouthing the song's words
- Keeping fingerspelling to a minimum and only for emphasis
- Varying the size of signs to indicate loudness and softness of the music.“ (Stewart et al. 1998: 121)

Bei reinen Instrumentalstücken besteht die Möglichkeit, das dominierende Instrument anzudeuten und den Takt mittels leichter Körperbewegungen nachzuempfinden.

Das Einüben von Musik ist sehr aufwendig, weshalb es nur selten praktiziert wird. Hinzu kommt, dass ohnehin nur jene Stücke transferiert werden, die wichtig für die Handlung sind.

Zum Schluss sollen noch zwei technische Aspekte erwähnt werden, die Bartoll im Rahmen der Auseinandersetzung mit Untertiteln als Mobilisierung und Verfügbarkeit bezeichnet (vgl. Kap. 5.1.1). Beide müssen auch bei der zentroidalen Translation von unterhaltungsfördernden Formaten berücksichtigt werden. So kann die Einblendung der GS-Dolmetscher/in nur nach Bedarf erfolgen, d.h., wenn es auf der Tonebene Elemente gibt, die transferiert werden müssen. Dies ist insofern von Bedeutung, da

es gerade bei Unterhaltungssendungen oft Abschnitte gibt, in denen längere Zeit nichts gesagt oder getan wird. In diesen Phasen kann der/die Dolmetscher/in ausgeblendet werden, um eine ungestörte Rezeption des Hauptinformationsträgers zu ermöglichen. Diese Abschnitte sollten jedoch mehrere Sekunden lang sein, ansonsten kann durch das Ein- und Ausblenden ein Bildriss entstehen. Ferner darf man nicht in die Falle tappen und den/die Dolmetscher/in zu kurz einblenden. Immerhin kämpfen die Zuschauer auch hier mit dem Phänomen, dass sie zwei Stimuli gleichzeitig wahrnehmen und verarbeiten müssen – das braucht Zeit.

Auch in Bezug auf die Verfügbarkeit stellt sich die Frage, ob die GS-Einblendungen offen oder geschlossen angeboten werden sollen. Kocher stellt in ihrer Erhebung zum Status der GS im europäischen Fernsehen fest, dass in vielen Ländern Beschwerden seitens der hörenden Rezipient/innen einlangen (vgl. Kocher 1999: 51ff). Sie unterstreicht, dass aus diesem Grund der Einsatz von GS-Einblendungen in Deutschland völlig eingestellt wurde (vgl. Kocher 1999: 45). Auch Gebron betont in Bezug auf das Theater, dass nicht alle Zuschauer begeistert von den Dolmetscher/innen sind (vgl. Gebron 2000: 19). Looms betont, dass es aufgrund der technischen Errungenschaften im Bereich der Digitalisierung gar nicht mehr notwendig ist, offene Einblendungen anzubieten (vgl. Looms 2010:20ff). So kann der Hauptinformationsträger unverändert über die gewohnte Frequenz ausgestrahlt werden. Auf einer anderen Wellenlänge wird er einfach mit der Einblendung versetzt. In Österreich wird dieses Prinzip vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk bereits praktiziert – allerdings nur für die zentroidale Translation einer Nachrichtensendung.

Führt man sich die lange Liste der Merkmale zentroidaler Translation vor Augen, so scheint es evident, dass eine umfassende Definition des Phänomens relativ komplex sein muss. Dennoch soll abschließend versucht werden, zumindest die Grundidee in eine allgemeine Kurzdefinition zu fassen:

Bei der zentroidalen Translation handelt es sich um eine sprachlich-kulturelle, ggf. bimodale Umcodierung der lautsprachlichen Ausgangssprache eines audiovisuellen Hauptinformationsträgers zu einer visuell-gestischen Zielsprache, die mittels einer audiovisuellen Einblendung dem Hauptinformationsträger beigelegt wird, mit dem Ziel, dessen Intention bzw. Vision einem virtuellen Publikum zugänglich zu machen.

5.2.4) Vor- und Nachteile

Mittels zentroidaler Translation können audiovisuelle Inhalte einem Publikum zugänglich gemacht werden, das über eine visuell-gestische Muttersprache verfügt – die Gebärdensprache. Die Rezeption eines audiovisuellen Produkts in der

Muttersprache ist immer einfacher als in einer Fremdsprache – das liegt in der Natur der Sache. In Folge fällt es dem/der einzelnen Zuschauer/in leichter, den Rezeptionsprozess souverän zu kontrollieren. Im Sinne der TDU ist daher anzunehmen, dass das Unterhaltungserleben dadurch positiv beeinflusst wird (vgl. Kap. 2.3).

Wer von Kindesbeinen an in Gebärdensprache kommuniziert, ist gewohnt, die Welt in Bildern zu erfassen und sich über Bilder auszudrücken. Das Auge ersetzt das Ohr. Ein Großteil der Wahrnehmung erfolgt über den visuellen Kanal. Dabei prasseln die Bilder nicht analog auf die Betroffenen ein, sondern parallel. Gefahrlos kann ein erwachsener Muttersprachler die Straße überqueren, während er mit mehreren Freunden angeregt gebärdet. Nie verliert er den Überblick, obwohl er sich auf das Gespräch konzentriert. In Anlehnung an den Begriff des Multitaskings könnte man dieses Phänomen als Multiwatching bezeichnen. Vor diesem Hintergrund scheint die viel zitierte doppelte Konzentration (vgl. Diaz-Cintas 1999: 34f), die für die Entschlüsselung des Hauptinformationsträgers parallel zu den GS-Einblendungen aufgewendet werden muss, keine allzu große Herausforderung darzustellen. Zwei Bilder gleichzeitig zu rezipieren, ist für langjährige Nutzer der Gebärdensprache eigentlich nichts Neues. Allerdings ist es beim Konsum von audiovisuellen Medien etwas Ungewohntes!

Die Rolle des Ungewohnten darf dabei nicht unterschätzt werden. Menschen neigen dazu, Fremdes abzulehnen bzw. Gewohntes zu bevorzugen (vgl. Bartoll et al. 2010: 79). So stellt Kocher in ihrer Erhebung fest, dass bei der Frage nach dem bevorzugten Zugang zu audiovisuellen Inhalten (z.B. Untertitel oder GS-Einblendung) die Antwort der gehörlosen Proband/innen stets dem Angebot des jeweiligen Landes entsprach (vgl. Kocher 1999: 49). Steiner geht dezidiert auf dieses Problem ein und betont, dass das niedrige Angebot an zentroidaler Translation eine Distanz dazu geschaffen hat (vgl. Steiner 1998: 139):

„As stated earlier, the low exposure of sign language among the viewing audience, and the proportion of time that Deaf people have the privilege of being able to use and receive their natural preferred language, has an effect on their ability to understand the language presented on television. Most importantly their lack of exposure to Sign Language on television may have created a distance between viewer and televised signing.“ (Steiner 1998: 139)

Setzt man Steiners Gedanken fort, so würde dies bedeuten, dass sich durch mehr Kontaktchancen die Vorbehalte gegenüber der GS-Einblendungen praktisch von selbst auflösen würden. Auch Bartoll et al. betonen, dass es sich bei der Skepsis

gegenüber der zentroidalen Translation um ein variables Phänomen handle, da sich Gewohnheiten jederzeit ändern können (vgl. Bartoll et al. 2010: 79). Eine gewisse Beharrlichkeit würde sich auf lange Sicht für die Zielgruppe sicherlich auszahlen, vor allem, wenn man bedenkt, dass durch die zentroidale Translation keine Inhalte mehr verloren gehen (vgl. Kocher 1999: 43). Alles kann übersetzt werden, selbst Unterbrechungen, Grammatikfehler, Zögern oder Unsicherheit. Weiters können auch Geräusche und Musik transferiert werden. Durch den Einsatz von nicht manuellen Elementen (v.a. Mimik) rufen sie wahrscheinlich sogar mehr Emotionen hervor als jede schriftliche Form der Translation. Hinzu kommt, dass trotz Unterschiede hinsichtlich des Sprachtempos keine Inhalte gekürzt werden müssen.

Basierend auf allen diesen Parametern ist es auch wesentlich leichter, die Vision zu erhalten, die Diaz-Cintas in Anlehnung an Mason als „*cinematic illusion*“ (Diaz-Cintas 1999: 34) bezeichnet. Sie ist notwendig, um das Individuum in die audiovisuelle Welt zu entführen und somit die verschiedenen Kategorien der passiven Souveränität zu beeinflussen. Erst unter diesen Voraussetzungen kann Unterhaltung erlebt werden.

Ein weiterer Vorteil der zentroidalen Translation ist, dass sie sich für alle audiovisuellen Genres gleichermaßen eignet. Die unterschiedlichen Dolmetscharten ermöglichen, für jedes Format eine passende zu finden. Nachrichten werden häufig simultan gedolmetscht, Spielfilme hingegen verlangen nach Vorbereitungszeit. Auch Talkshows mit und für Menschen, die GS nutzen, können auf diese Weise zugänglich gemacht werden. Hinzu kommt, dass Live-Sendungen oder Sondersendungen über brandaktuelle Ereignisse (z.B. Erdbeben, Tsunami, Terroranschlag) in so kurzer Zeit gar nicht mit Untertiteln versehen werden können. Eine zentroidale Translation mittels Simultandolmetscher ist hingegen immer möglich (vgl. Kocher 1999: 43).

Ein weiteres Argument für die Einblendung von GS-Dolmetschern ist, dass die Inhalte damit auch für Kinder zugänglich werden. Gehörlose Kinder können in der Regel mit Schriftsprache wenig anfangen. Sie sind darauf angewiesen, dass einige Programme, bevorzugt natürlich Kinderprogramme, verdolmetscht werden. Neben dem Vergnügen an solchen Programmen sieht Kocher darin eine Möglichkeit, den Kindern das Erlernen der Gebärdensprache zu erleichtern (vgl. Kocher 1999: 33).

Schließlich trägt nach Kocher die zentroidale Translation auch zur Standardisierung der jeweiligen Gebärdensprache bei (vgl. Kocher 1999: 33). Ein Argument, das gerade im Hinblick auf die starken, sprachlichen Regionalisierungstendenzen von besonderer Bedeutung ist.

Leider ist auch bei der zentroidalen Translation die Liste der Defizite mindestens gleich lang wie jene der positiven Merkmale. Allen voran sei die Größe der Zielgruppe genannt. Nicht alle Hörgeschädigten sprechen Gebärdensprache und profitieren

demnach von diesem Angebot. Hinzu kommt, dass es selbst innerhalb der Gruppe der Nutzer verschiedene Dialekte gibt, wodurch Verständigungsprobleme entstehen können (vgl. Kocher 1999: 44). Steiner betont jedoch, dass dies nicht das einzige Element sei, das die Verständlichkeit von GS-Einblendungen einschränke. In einer Untersuchung zu diesem Thema stellt er fest, dass auch die Redimensionierung der Sprache häufig zu Missverständnissen führt (vgl. Kap. 5.2.1). Weiters spielt die Vorbereitungszeit des Dolmetschers/der Dolmetscherin eine entscheidende Rolle. Je weniger Zeit dem/der Dolmetscher/in zur Vorbereitung bleibt, desto schlechter wird er/sie vom Zielpublikum verstanden (vgl. Steiner 1998: 138). Damit erklärt Steiner auch die schlechten Ergebnisse der Verdolmetschung von Live-Nachrichten:

„Live interpreted news achieved an average comprehension result of 30.1%; by far the lowest result.“ (Steiner 1998: 138)

Weiters belegen Steiners Ergebnisse, dass gehörlose Dolmetscher/innen besser verstanden werden als hörende Dolmetscher/innen (vgl. Steiner 1998: 134). Dennoch können diese nur eingeschränkt eingesetzt werden, da sie nicht in der Lage sind, auf Basis einer Tonspur zu arbeiten. Oft verfügen gehörlose Dolmetscher/innen jedoch über ausgeprägte Schriftsprachkompetenzen. Dies ermöglicht ihnen, gemeinsam mit hörenden Kolleg/innen unterhaltungsfördernde Formate zu transferieren. Manhart betont jedoch, dass die Aufteilung des Arbeitsvorgangs wiederum die Fehleranfälligkeit steigere (vgl. Manhart 2003: 265)

Ein besonders gewichtiges Argument gegen den Einsatz von GS-Dolmetscher/innen in audiovisuellen Medien ist der Kostenaufwand. Dieser beläuft sich ungefähr auf das Zehn- bis Zwanzigfache von den Ausgaben für Untertitel (vgl. Ivarsson/Carroll 1998: 36). Dabei schlagen nicht nur die Technikkosten zu Buche, sondern auch der Personalaufwand.

Hinzu kommt, dass es gar nicht so einfach ist, passende Dolmetscher/innen zu finden (vgl. Bros-Brann 1993: 268). Sowohl das Geschlecht als auch das Aussehen sollten dem Geschmack des Publikums entsprechen (vgl. Steiner 1998: 131):

„Many respondents expressed preferences for certain signers based on aesthetic rather than linguistic attributes. They liked to see new faces, young people, or people who had an „aura of wisdom“ in the subject they were interpreting.“ (Steiner 1998: 131)

Ogris merkt an, dass die Auswahl auch aufgrund der fehlenden Ausbildungsmöglichkeiten eingeschränkt sei, vor allem für den speziellen Fall des Fernsehdolmetschens (vgl. Ogris 2001: 76).

Zwei weitere Nachteile der zentroidalen Translation decken sich mit jenen von Untertiteln: 1) Der Hauptinformationsträger ist aufgrund der optischen Einblendung nur eingeschränkt sichtbar; 2) die Synchronie, sowohl von GS-Einblendung und gesprochener Sprache als auch von GS-Einblendung und Schnitt, unterliegt denselben strengen Anforderungen wie bei der Untertitelung. Nachdem beide Formen der Translation davon betroffen sind, ist es sinnlos, sie gegeneinander abzuwägen.

Abschließend soll noch erwähnt werden, dass viele europäische Projekte, die sich mit dem Thema des barrierefreien Medienzugangs beschäftigen und internationale Fördergelder erhalten, den Fokus auf Untertitel gelegt haben (z.B. SUBSORDING, DTV4ALL). Falls sich dennoch eines mit der zentroidalen Translation von audiovisuellen Inhalten befasst, dann im Rahmen der Erforschung eines Avatars (z.B. ULISES, SignMax). Dass GS-Einblendungen (ob via Dolmetscher/innen oder Avatar) einen Mehrwert bringen, wird dabei ohne zu hinterfragen angenommen. Dies scheint relativ waagemutig, wenn man bedenkt, dass kaum Forschungsergebnisse dazu existieren.

5.3) Praxisbeispiel: Tonsubstitution im ORF

In Österreich sind im öffentlich-rechtlichen Fernsehen im Wesentlichen beide Formen der Tonsubstitution in Verwendung, allerdings werden Untertitel viel exzessiver und vor allem auch schon länger eingesetzt als GS-Einblendungen. Die erste untertitelte Sendung strahlte der ORF im Dezember 1980 aus, einige Monate nach der Einführung der britischen Teletext-Technologie (vgl. Faatz 2001: 19). Es handelte sich dabei um ein Lebenshilfemagazin mit dem klingenden Namen „WIR“. Rund vier Jahre später gelang dem ORF der nächste Coup: Die „Zeit im Bild“, ein beliebtes österreichisches Nachrichtenformat, wurde erstmals live mit Untertiteln versehen. In den darauf folgenden Jahren konnte der Anteil untertitelter Sendungen am Gesamtprogramm bis auf 45% im Jahr 2010 gesteigert werden. Dieser Trend soll künftig fortgesetzt werden, bis hin zu einer vollständigen Untertitelung des ORF-Gesamtprogramms (vgl. ORF Kundendienst 2010: ORF-Teletext für Hörbehinderte).

Der Anteil an GS-Einblendungen ist im Gegensatz dazu viel geringer. Lischka betont, dass sich zwar seit der Anerkennung der Gebärdensprache im Jahr 2005 einiges am Königberg getan habe, man vom Sollzustand jedoch noch weit entfernt sei (vgl. Lischka 2008: 384). Aktuell wird auf dem Satellitenkanal ORF2E die „Zeit im Bild“ um 19:30 Uhr mittels zentroidaler Translation zugänglich gemacht. Weiters wird gemunkelt, dass Teile des ORF-Kinderprogramms Okidoki am Wochenende gedolmetscht werden (vgl. Diözese Linz Online 2010: Wenn die Hände sprechen). Dies kann jedoch aus eigener Erfahrung nicht bestätigt werden. Sondersendungen

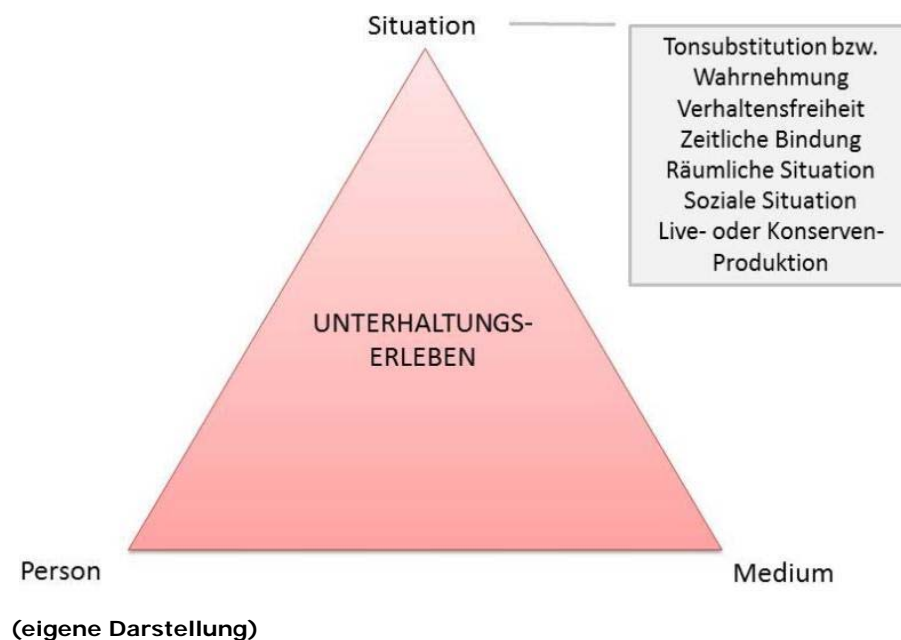
(z.B. Licht ins Dunkel, Neujahrsrede des Bundespräsidenten) und Parlamentssitzungen hingegen werden vereinzelt mit GS-Einblendungen versehen (vgl. Lischka 2008: 381).

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass lediglich informationsorientierte Formate vom ORF mittels zentroidaler Translation zugänglich gemacht werden. Unterhaltungsfördernde Formate werden, wenn überhaupt, nur mit Untertitel ausgestrahlt. Dass eine Krimiserie oder ein Spielfilm mit Untertitel genauso spannend sein können wie mit Ton, soll hier grundsätzlich infrage gestellt werden.

5.4) Fazit: Emotion durch Tonsubstitution?

Versucht man das Thema Tonsubstitution in der Fröh'schen Triade zu verorten, stellt man schnell fest, dass es vor allem die Rezeptionssituation hörbeeinträchtigter Menschen maßgeblich beeinflusst. Wahrscheinlich nimmt bei dieser Zielgruppe kein anderes situatives Element (vgl. Kap. 3.2) so viel Einfluss auf das Unterhaltungserleben wie die Tonsubstitution. Damit soll die Bedeutung der anderen Parameter nicht geschmälert werden. Dennoch erscheint die Tonsubstitution als zwingende Voraussetzung für das Zustandekommen von Unterhaltung.

Abb. 14 Situative Elemente (Maletzke 1978) im triadischen Fitting (Früh 2002)



In Fach- und Betroffenenkreisen besteht jedoch keine Einigkeit darüber, auf welche Art der Ton von audiovisuellen Medien am besten substituiert werden kann. Häufig gelten Untertitel als die beste Lösung. Doch auch die Befürworter können die Augen vor den Defiziten dieser Substitutionsform nicht länger verschließen. Daher sind neue

Ansätze entstanden, wie der des „*personal subtitling*“ (Gottlieb 1994: 118). Dabei kann der Zuschauer aus einer Reihe verschiedener Untertitel die für ihn passenden herausfiltern und zuschalten. Gottlieb beschreibt dieses Szenario wie folgt (vgl. Gottlieb 1994: 118):

„By this term I mean a scenario in which, for the first time, the viewer is able to choose, not just between different target languages, but between different styles or levels of subtitling.“
(Gottlieb 1994: 118)

Obwohl mit diesem Vorschlag einige linguistische Mängel beseitigt werden können, löst er nicht das Problem der geringen Emotionalisierung. So stellt sich im Hinblick auf das Unterhaltungserleben als Makroemotion die Frage: Kann ein Film mit Untertitel genauso traurig, leidenschaftlich, spannend, lustig oder gruselig sein wie mit Ton? Kann man in diesen Belangen wirklich von einem gleichberechtigten Zugang zum Medium sprechen?

Basierend auf den Ergebnissen einer Studie mit 57 gehörlosen Proband/innen schlägt Woll vor, auf eine Mischform zurückzugreifen. Sie betont, dass mehr als ein Drittel ihrer Befragten die Kombination von gehörlosen Dolmetscher/innen mit Untertiteln für die beste Erschließungsmöglichkeit halten. An zweiter Stelle lägen hörende Dolmetscher/innen mit Untertitel. Erst an dritter Stelle werde eine Reinform der Tonsubstitution genannt, allerdings nicht die vertikale, sondern die zentroidale Translation (vgl. Woll 1991 zit. Linde/Kay 1999: 10).

Die Mischformen, wie sie von Woll beschrieben werden, hätten den Vorteil, dass sich der Zuschauer schrittweise an beide Reinformen gewöhnen kann. Allerdings fördern sie die Gefahr eines Overloads, wie ihn Schweiger in seinem Limited-Capacity-Modell beschreibt (vgl. Kap. 3.1.4). Das Auge müsste sich bei der Encodierung auf drei mehr oder weniger komplexe, visuelle Elemente konzentrieren. Natürlich würde es ausreichen, sich nur zwei Ebenen zu widmen, doch scheint dies aufgrund der magischen Anziehung von Bewegungen kaum möglich. So betont Gottlieb, dass man Untertitel nicht nicht lesen kann (vgl. Gottlieb 1994: 103). Sollten sie jedoch missverständlich sein, würde dies in Gebrons Worten zu einem „ping-pong“-Effekt (vgl. Gebron 2000: 20) zwischen Untertiteln und GS-Einblendungen führen, der einer Entschlüsselung des Hauptinformationsträgers abträglich wäre und darüber hinaus zu viel Kapazitäten binden würde. Für das Unterhaltungserleben wäre dies das sichere Aus. Für informationsorientierte Formate hingegen wäre der Einsatz einer Mischform durchaus denkbar.

Geht es also um die Aufbereitung von unterhaltungsfördernden Formaten, bleibt nur noch die Reinform der zentroidalen Translation übrig. Auch sie hat ihre Schwächen,

gleichwohl scheint sie gut bzw. besser geeignet, um Emotionen zu transportieren, als Untertitel. Allerdings stellt sich auch hier die Frage: Kann ein Film mit Dolmetsch-Einblendungen genauso traurig, leidenschaftlich, spannend, lustig oder gruselig sein wie mit Ton?

6) Gehörlose Rezipient/innen

Vervollständigt wird die Fröh'sche Triade von der Person, in diesem Fall von dem/der hörbeeinträchtigten bzw. gehörlosen Rezipienten/in. Was ihn/sie von anderen Rezipient/innen unterscheidet, verrät bereits das Attributiv gehörlos: Er/Sie hat einen Sinn weniger. Audiovisuelle Medien stimulieren jedoch zwei Sinne, den Hör- und den Sehsinn. Der/Die gehörlose Rezipient/in kann nur einen der beiden aktivieren. Wird dadurch die Rezeption von audiovisuellen Medien gar sinnlos?

6.1) Formen der Hörbeeinträchtigung

Das Gehör erfüllt eine Reihe wichtiger Funktionen, die vielen Hörenden gar nicht wirklich bewusst sind. Als Rückkoppelungskanal spielt es eine essenzielle Rolle bei der Entwicklung von Lautsprache und lautsprachlicher Kommunikation. In weiterer Folge eröffnet es dem Individuum die Teilnahme am gesellschaftlichen Geschehen. Darüber hinaus informiert es über Vorgänge in der unmittelbaren physischen Umgebung und ermöglicht die Identifikation von Gefahren. Schließlich trägt es zur Ausbildung körperlicher Fähigkeiten bei, da es nicht nur akustische Signale verarbeitet, sondern auch das Gleichgewicht steuert (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 17).

Ruft man sich diese Funktionen ins Bewusstsein, wird schnell klar, dass eine Beeinträchtigung des Gehörs weitreichende Folgen für die Betroffenen hat. Das Ausmaß dieser Folgen hängt jedoch vom Grad der Hörbeeinträchtigung ab. Daher werden im nächsten Schritt zwei Formen der Kategorisierung von Hörbeeinträchtigungen vorgestellt: die medizinische und die linguistische. Während die Medizin den Fokus auf die Anatomie legt, stehen beim linguistischen Ansatz der Zeitpunkt des Hörverlusts und seine Konsequenzen für die Sprachentwicklung im Mittelpunkt.

6.1.1) Medizinische Kategorisierung

In der Medizin wird eine Hörstörung nach 1) Lokalisation, 2) Grad, 3) Zeitverlauf und 4) Ursache differenziert (vgl. Zorowka 2008: 346; Montero/Soneira 2010: 33).

1) Hinsichtlich der Lokalisation unterscheidet Zorowka zwischen Schallleitungs- und Schallempfindungsschwerhörigkeit bzw. Mischformen. Nicht jede dieser Störungen birgt die Gefahr, den Hörsinn komplett zu verlieren. So kann eine Schallleitungsstörung zu einer hochgradigen Schwerhörigkeit führen, nicht jedoch zum Verlust des Gehörs (vgl. Zorowka 2008: 346). Die Gründe für einen kompletten

Hörverlust sind überwiegend kochleärer Natur (vgl. Brunner/Nöldeke 1997: 81f), es handelt sich also meist um eine Schallempfindungs- bzw. kombinierte Schwerhörigkeit. Hellbrück spricht in diesem Zusammenhang auch von sensorineuralen Ursachen (vgl. Hellbrück 1993: 147f).

2) Der Grad des Hörverlusts wird entweder in Dezibel oder in Prozent angegeben (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 18). Zorowka favorisiert in Anlehnung an die European Working Group of Hearing Impairment die Unterscheidung nach Dezibel und gelangt zu einer vierstufigen Skala (vgl. Abb. 15). Dabei verwendet der Autor, wie in der Medizin zum Leidwesen vieler Betroffener üblich, den Begriff der Taubheit. Dieser wird von der Gehörlosengemeinschaft dezidiert abgelehnt, da er Assoziationen mit dem Begriff dumm hervorruft und in der Vergangenheit missbräuchlich verwendet wurde (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 17).

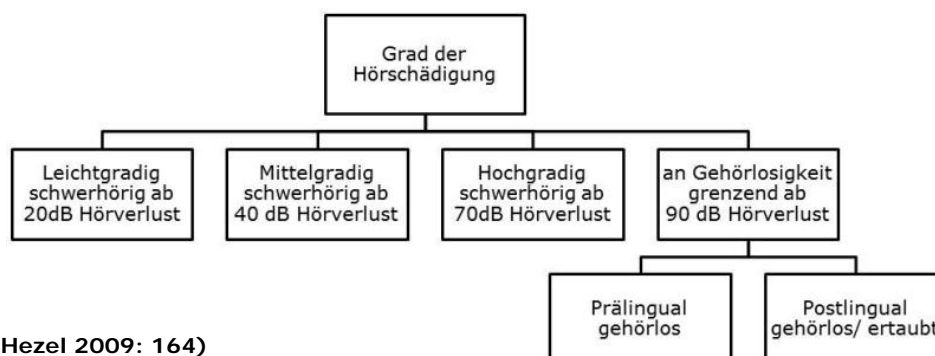
Abb. 15 Ausmaß des Hörverlusts in Dezibel

Grad	Dezibel Hearing Level
Geringgradige Schwerhörigkeit	20-39 dB HL
Mittelgradige Schwerhörigkeit	40-69 dB HL
Hochgradige Schwerhörigkeit	70-94 dB HL
an Taubheit grenzend	> 95 dB HL

(Quelle: Zorowka 2008: 348)

Abgesehen von dem begrifflichen Fehltritt wird durch die Kategorisierung von Zorowka deutlich, dass gehörlose Menschen, bemessen an der normalen Ruhehörschwelle (vgl. Hellbrück 1993: 60f), an einem mittleren Hörverlust von über 95 dB leiden. Die Dynamik des menschlichen Gehörs beträgt jedoch rund 120 dB (vgl. Hellbrück 1993: 59). Dies impliziert, dass auch Menschen mit einem geringfügigen Restgehör als Gehörlose gelten. Hezel veranschaulicht den Unterschied zwischen Schwerhörigen und Gehörlosen– zwar leicht abweichend von Zorowka, dafür aber sehr plakativ – in einem Diagramm (vgl. Abb. 16).

Abb. 16 Grad der Hörschädigung in dB nach Hezel (leicht adaptiert)



(Quelle: Hezel 2009: 164)

Fellner-Rzehak und Podbelsek bevorzugen in Anlehnung an das Land Steiermark die Einteilung nach prozentualem Hörverlust. Sie betonen, dass diese für die Einstufung nach dem österreichischen Behindertengesetz ausschlaggebend sei und daher für die Betroffenen von besonderer Bedeutung (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 21). Allerdings gelangt auch hier der Begriff der Taubheit zum Einsatz (vgl. Abb. 17).

Egal ob der Grad des Hörverlusts nach Dezibel oder in Prozent bemessen wird, beide Ansätze verdeutlichen den Unterschied zwischen Schwerhörigkeit und Taubheit bzw. Gehörlosigkeit. Während bei den einen die Hörwahrnehmung eingeschränkt vorhanden ist und mit Hilfsmitteln gar verbessert werden kann, gilt sie bei den anderen als restlos bzw. überwiegend verloren.

Abb. 17 Ausmaß des Hörverlusts in Prozent

Grad	Hörverlust in Prozent
Normalhörigkeit	0-20%
Geringgradige Schwerhörigkeit	20-40%
Mittelgradige Schwerhörigkeit	40-60%
Hochgradige Schwerhörigkeit	60-80%
An Taubheit grenzende Schwerhörigkeit	80-95%
Taubheit	100%

(Quelle: Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 20)

Demnach sind Gehörlose Menschen, die gar nicht oder nur äußerst schlecht hören können. Sie leiden an einer Beeinträchtigung, welche die sinnvolle Wahrnehmung von Schall unmöglich macht.

3) Eine an Taubheit grenzende Hörstörung kann bereits bei der Geburt bestehen oder progredient verlaufen, d.h., zu einem späteren Zeitpunkt beginnen und anhaltend fortschreiten. Sie kann aber auch akut auftreten, z.B. in Form eines Hörsturzes oder als Folge einer Krankheit (vgl. Zorowka 2008: 349). Der Zeitpunkt einer Ertaubung ist essenziell für die Entwicklung der Muttersprache. Je früher man das Gehör verliert, desto schwieriger wird es, sich in der Welt der Hörenden bzw. Sprechenden zurechtzufinden.

4) Hinsichtlich der Ursachen unterscheidet man ebenfalls zwischen angeborener und erworbener Hörstörung. Eine angeborene, an Taubheit grenzende Hörstörung kann genetisch bedingt sein oder durch die Geburt (z.B. Sauerstoffmangel) bzw. durch Krankheit der Mutter (kongenitale Infektion, wie Toxoplasmose, Röteln etc.) verursacht werden. Bei den genetisch bedingten Hörstörungen zählen 70% zu den nicht syndromedalen Formen, d.h., sie werden auf einen Gendefekt zurückgeführt. Die angeborenen, syndromedalen Hörstörungen treten meist mit anderen

Symptomen auf, wie z.B. Anomalien des äußeren Ohres, des Auges, Nierenfunktionsstörungen oder Störungen des Nervensystems (vgl. Zorowka 2008: 352 ff).

Auch die später auftretenden Hörstörungen, die an Taubheit grenzen, können hereditär, also erblich bedingt sein. Allerdings werden sie von einem progredienten Verlauf gekennzeichnet. Andere Ursachen für später erworbene Gehörlosigkeit bzw. Schwerhörigkeit sind kongenitale Infektionen mit progredientem Verlauf sowie postnatale Infektionen (z.B. Meningitis, Masern, Mumps). Auch bakterielle Infektionen (z.B. Mittelohrentzündung), Traumen oder neurologische Krankheiten (z.B. Tumor) können zu einem später auftretenden Hörverlust führen (vgl. Zorowka 2008: 352ff).

6.1.2) Linguistische Kategorisierung

Beim linguistischen Ansatz steht die Sprachentwicklung der Betroffenen im Vordergrund, weshalb auch hier zwischen schwerhörigen, gehörlosen und ertaubten Personen unterschieden wird. Wesentlich ist dabei, ob die Störung vor oder nach dem Spracherwerb aufgetreten ist.

Schwerhörige leiden, wie bereits erwähnt, an einer Hörstörung, welche die Wahrnehmung von Schall erschwert, jedoch nicht unmöglich macht. Fellner-Rzehak und Podbelsek definieren diese Beeinträchtigung wie folgt:

„Unter Schwerhörigkeit versteht man eine vorübergehende Beeinträchtigung oder eine chronische Einschränkung des Hörvermögens hinsichtlich der Wahrnehmung akustischer Reize. [...] Durch den korrekten Einsatz verschiedener Hilfsmittel können schwerhörige Menschen ihre Hörwahrnehmung verbessern. Sie verwenden auch hauptsächlich die Lautsprache als Kommunikationsmittel.“
(Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 19)

Mit technischen Hilfsmitteln, wie z.B. einem Hörgerät, können diese Menschen meist am gesellschaftlichen Leben teilnehmen. Hezel betont jedoch, dass die lautsprachliche Kommunikationsfähigkeit je nach Verlauf und Ausmaß der Hörschädigung auch bei Schwerhörigen eingeschränkt sein kann. Bei hochgradig schwerhörigen Kleinkindern werden recht häufig Auffälligkeiten in der lautsprachlichen Entwicklung beobachtet. Vor allem bei jenen, die unter einer sensorineuralen Störung leiden (vgl. Hezel 2009: 169).

Gehörlose Menschen unterscheiden sich von Schwerhörigen, indem sie ihr Gehör nahezu restlos eingebüßt haben. Hezel bezeichnet die Gehörlosigkeit als den „*Extremfall einer Hörschädigung*“ (Hezel 2009: 171) und unterstreicht, dass die

Betroffenen – selbst mit der Unterstützung technischer Hilfsmittel – nicht in der Lage sind, Sprache zu verstehen (vgl. Hezel 2009: 172). Ebbinghaus und Heßmann bringen diesen Gedanken in ihrer Definition auf den Punkt:

„Als gehörlos gilt, wer gesprochene Sprache auch mit technischen Hilfsmitteln nicht mit der für menschliche Kommunikation erforderlichen Deutlichkeit auditiv wahrnehmen kann. Normales soziales Miteinander setzt die Verwendung gesprochener Sprache voraus.“ (Ebbinghaus/Heßmann 1989: 4)

Dennoch bilden Gehörlose aus linguistischer Perspektive keine homogene Gruppe, da der Zeitpunkt der Schädigung und somit der Einfluss auf die Lautsprachentwicklung von Fall zu Fall unterschiedlich sind. So unterscheidet man auch hier Personen, die ihr Gehör prä- bzw. postlingual eingebüßt haben.

Menschen, die vor dem Spracherwerb ihr Gehör verlieren (prälingual), erlernen die landestypische Lautsprache nur sehr schleppend. Das gilt jedoch nicht für die Gebärdensprache, die Ebbinghaus und Heßmann als die „*Grundlage des Gemeinschaftslebens*“ (Ebbinghaus/Heßmann 1989: 5) dieser Gruppe bezeichnen. Auch Fellner-Rzehak und Podbelsek erkennen sie als den natürlichen Kommunikationsmodus prälingual gehörloser Menschen an (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 22):

„Gehörlose Kinder können die Lautsprache nicht wie hörende Kinder auf natürliche Weise – als Muttersprache – erlernen, sondern der Erwerb der Lautsprache erfolgt unter besonderen Bedingungen. Ihre natürlich erlernbare Sprache ist die Gebärdensprache, die gehörlose Kinder, wie verschiedene Studien beweisen (z.B. Boyes Braem 1995, Newport und Meier 1985, Prillwitz 1989) mühelos von gehörlosen Eltern erlernen.“ (Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 22)

Personen, die ihr Gehör nach dem Spracherwerb (postlingual) verlieren, beherrschen zumeist schon die Grundzüge der Lautsprache, weshalb sie diese leichter erlernen und anwenden können (vgl. Montero/Soneira 2010: 35):

„Postlocutive Deaf people, unlike prelocutive Deaf people, know at least the rudiments of oral languages even if they have lost phonation skills. It is also easier for postlocutive Deaf people to read because they already know the oral language.“ (Montero/Soneira 2010: 35)

Hezel bezeichnet diese Gruppe auch als Ertaubte. Sie betont, dass eine Ertaubung immer postlingual auftritt und sich in diesem Punkt grundlegend von einer

Gehörlosigkeit unterscheidet (vgl. Hezel 2009: 184; Ebbinghaus/Heßmann 1989: 4). Obwohl diese Differenzierung durchaus sinnvoll ist, darf nicht außer Acht gelassen werden, dass im Volksmund eine Ertaubung als Hörverlust definiert wird – egal zu welchem Zeitpunkt dieser eingetreten ist. Aus analytischen Gründen soll in diesem Rahmen die begriffliche Differenzierung jedoch beibehalten werden.

Schwerhörige und ertaubte Personen haben demnach die Chance, sich über den Lautspracherwerb sozial zu integrieren. Auf Gehörlose trifft dies nur eingeschränkt zu. Nach Montero und Soneira nehmen zwei weitere Faktoren essenziellen Einfluss auf die sprachliche und soziale Entwicklung des gehörlosen Kindes: die Familie und die Ausbildung (vgl. Montero/Soneira 2010: 35f).

Wird ein gehörloses Kind in eine Familie mit gehörlosen Eltern oder Verwandten hineingeboren, erlernt es die Gebärdensprache ähnlich spielend wie hörende Kinder die Lautsprache. Seine linguale und soziale Entwicklung verlaufen normal, die Lautsprache kann in Folge als Zweitsprache erworben werden.

Ebbinghaus und Heßmann streichen jedoch heraus, dass 90% der gehörlosen Kinder in „*normalsinnige Familien hineingeboren*“ (Ebbinghaus/Heßmann 1989: 6) werden, also hörende Eltern und Verwandte haben. Die Chancen auf einen erfolgreichen kommunikativen Austausch werden dadurch stark minimiert. Dies hat zur Folge, dass das Kind weder die Gebärdensprache noch die Lautsprache angemessen erlernen kann, wodurch es unweigerlich vom gesellschaftlichen Geschehen isoliert wird:

„When the Deaf children grow up in oral environments, surrounded by hearing people, they will be subjected to situations of isolation. They will not receive proper stimuli to reach a communicative development at the same time individuals do when they develop in their natural language environments.“ (Montero/Soneira 2010: 35)

Das familiäre Umfeld nimmt also entscheidenden Einfluss auf die sprachliche Entwicklung gehörloser Kinder. Versagt dieses, besteht die Möglichkeit, über eine gute Ausbildung linguale und somit soziale Integration zu erzielen (vgl. Ebbinghaus/Heßmann 1989: 6f).

Im deutschsprachigen Raum existieren jedoch zwei gegensätzliche Erziehungsphilosophien, was die schulische Bildung gehörloser Kinder anbelangt. Bei der einen steht der Lautspracherwerb im Mittelpunkt, bei der anderen das Erlernen der Gebärdensprache (vgl. Ebbinghaus/Heßmann 1989: 7ff; Montero/Soneira 2010: 36).

Ebbinghaus und Heßmann versuchen, beide Philosophien gegeneinander abzuwägen, und gelangen zu einem ernüchternden Ergebnis. Der Fokus auf die lautsprachliche Entwicklung zeige zwar Erfolge, allerdings in einem beschränkten Ausmaß. Die

Sprachkompetenz Gehörloser sei relativ gering, ihr Wortschatz stark eingeschränkt. Zusätzlich übersteige ihre Lesefähigkeit selten die eines Grundschülers und ihr schriftlicher Ausdruck sei häufig entstellt. Auch das Lippenlesen funktioniere nur bedingt. Weiters würden ihre Stimmen aufgrund des fehlenden Rückkoppelungskanal für Hörende häufig befremdend klingen (vgl. Ebbinghaus/Heßmann 1989: 9).

Wird hingegen der Schwerpunkt im ersten Schritt auf die Gebärdensprache und im zweiten Schritt auf die Lautsprache gelegt, so können beträchtliche Erfolge in der sprachlichen und kognitiven Entwicklung erzielt werden (vgl. Papaspyrou 2002: 285). Papaspyrou betont, dass dies nicht weiter verwunderlich sei, da es sich hierbei um eine Bildungsmethode handle, die *„bei anderen sprachlichen Minderheiten schon erfolgreich erprobt worden ist“* (Papaspyrou 2002: 285).

Ohne weiter in diese umstrittene Thematik eindringen zu wollen, kann konstatiert werden, dass auch der Bildungsweg über die linguistischen Fähigkeiten einer gehörlosen Person entscheidet.

Zusammenfassend bedeutet dies, dass die sprachliche bzw. linguistische Entwicklung einer hörgeschädigten Person von vier Kategorien abhängt: dem Ausmaß und dem Zeitpunkt der Störung, dem familiären Umfeld und dem jeweiligen Bildungsweg.

6.2) Gebärdensprache und Gehörlosenkultur

Unter den Hörgeschädigten gibt es also eine Gruppe, die mit Laut- und Schriftsprache nur wenig anfangen kann: die Gehörlosen. In den vergangenen 300 Jahren haben sie daher ihre eigenen, visuell-gestischen Sprachen entwickelt: die Gebärdensprachen (vgl. Woll et al. 2001: 12). Sie gelten als natürliche Sprachen, deren Erwerbsprozess viele Parallelen zu dem von gesprochenen Sprachen aufweist (vgl. Boyes Braem 1992: 13). Weltweit werden sie zusehends als Muttersprachen der Gehörlosen (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 23) und damit als vollwertig anerkannt. In ihrer Dissertation definiert Grbić diese besonderen Sprachen wie folgt:

„Unter Gebärdensprachen versteht man die natürlichen Sprachen verschiedener Gehörlosengemeinschaften, regelhafte semiotische Systeme, deren offensichtlichster Unterschied zu Lautsprachen die medial unterschiedliche Darstellungsfunktion ist. Lautsprachen benützen als Medium die Stimme, Gebärdensprachen die Hände und Arme unter Nutzung des Raums sowie die Mimik für grammatikalische Funktionen.“ (Grbić 1994: 61)

Die Gebärdensprache ermöglicht den Gehörlosen, *„ungezwungen, gelöst und befreit zu kommunizieren“* (Ebbinghaus/Heßmann 1989: 36). Es handelt sich jedoch nicht um eine Universalsprache, wie fälschlicherweise lange Zeit angenommen wurde. In verschiedenen Ländern werden verschiedene Gebärdensprachen, ja selbst unterschiedliche Dialekte verwendet (vgl. Boyes Braem 1992: 123).

Die *„sprachliche Gleichwertigkeit“* (Papaspyrou 2002: 281) von Gebärdensprache, die sich ja lange Zeit mit dem *„Primitivitätsvorwurf“* (Ebbinghaus/Heßmann 1989: 37) konfrontiert sah, und Lautsprache ist nach Papaspyrou mittlerweile vielfach nachgewiesen (vgl. Papaspyrou 2002: 281). Daher wird sie im Rahmen dieser Arbeit als gegeben angesehen und nicht weiter diskutiert. Dennoch gibt es gravierende Unterschiede zwischen den zwei Sprachformen. So unterscheiden sie sich nicht nur im 1) Modus, sondern auch hinsichtlich ihrer 2) linguistischen Struktur und 3) Verschriftlichung.

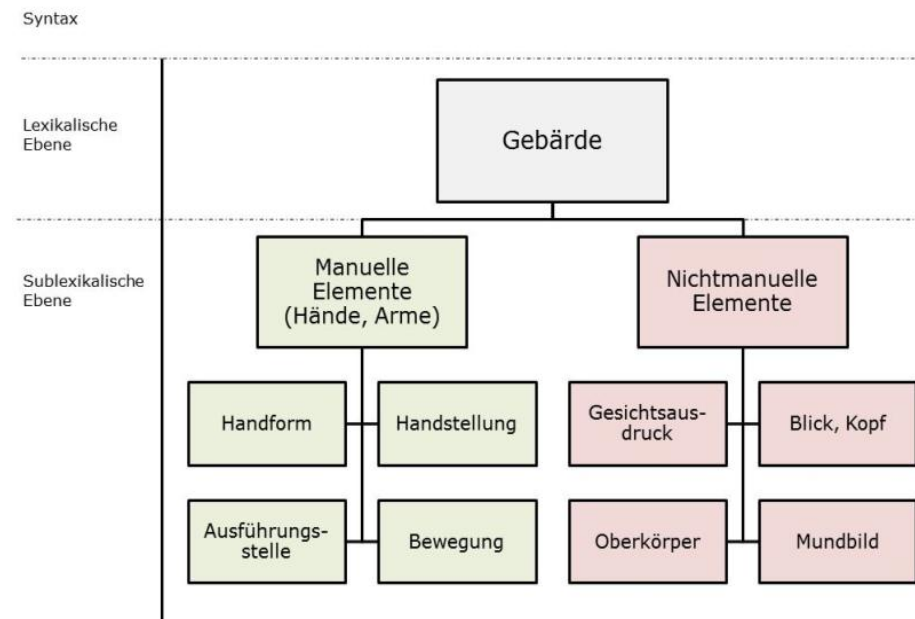
1) Für die Allgemeinheit liegt der offensichtlichste Unterschied im Modus: Während die Gebärdensprache über den visuellen Kanal vermittelt wird, bedient sich die Lautsprache des auditiven Kanals. Dieser kann jedoch vom gehörlosen Kind oder Erwachsenen nicht wahrgenommen, sondern nur erahnt werden. Daher setzt die Aneignung von Lautsprache für gehörlose Menschen ein langjähriges, hartes Training voraus. Das Ausmaß dieser Herausforderung ist für die meisten Hörenden nicht nachvollziehbar. Deshalb versucht Boyes Braem, sie in Anlehnung an Fant mit einer einfachen Gegenüberstellung zu veranschaulichen. Sie betont, dass ein/e Gehörlose/r, der sich die Lautsprache aneignen wolle, vergleichbar wäre mit einem/einer hörenden Europäer/in, der/die sich lediglich mit einem Bleistift und einem Block Papier bewaffnet in einer schallisolierten Glaskabine befinde und mithilfe eines Instrukteurs vor der Kabine versuche, Japanisch zu lernen (vgl. Boyes Braem 1992: 142). Wie lange würde er brauchen, um sprechen, lesen und schreiben zu können?

2) Abgesehen vom Modus unterscheiden sich auch die linguistischen Bausteine der beiden Sprachformen. Boyes Braem betont zwar, dass beide Sprachen drei linguistische Ebenen aufweisen: die syntaktische, die lexikalische und die sublexikalische Ebene (vgl. Boyes Braem 1992: 14). Die einzelnen Elemente dieser Ebenen sind jedoch von unterschiedlicher Natur – vor allem auf lexikalischer bzw. sublexikalischer Ebene.

Die syntaktische Ebene bezeichnet die *„Ebene des Zusammenhangs zwischen den Wörtern in gebundenen Äußerungen“* (Boyes Braem 1992: 14). Die lexikalische Ebene umfasst dabei die *„kleinsten Bedeutungsträger“* (Boyes Braem 1992: 14) und die sublexikalische Ebene die kleinsten bedeutungsunterscheidenden Formteile (vgl. Boyes Braem 1992: 14).

Die lexikalische Ebene wird im Rahmen der Auseinandersetzung mit Lautsprache häufig auch als morphologische Ebene bezeichnet. Ihr konstituierendes Element ist das Morphem bzw. das einzelne Wort. Bei der Gebärdensprache hingegen sind die Gebärden der kleinste Bedeutungsträger (vgl. Abb. 18). Sie gelten nach Ruoff als Minimaleinheit der Sprache und können für sich bzw. frei stehen (vgl. Ruoff 1994: 94).

Abb. 18 Linguistische Struktur der Gebärdensprache (Eigendarstellung)



(Quelle: Boyes Braem 1992: 14ff; Ruoff 1994: 94ff; Happ 2005: 9ff)

Die sublexikalische Ebene wird in der lautsprachlichen Linguistik auch als phonologische Ebene bezeichnet. Ihre Elemente bilden Einzellaute, wie z.B. Konsonanten, Vokale und Silben (vgl. Huber 2003: 47).

Bei der Gebärdensprache teilt sich die sublexikalische Ebene in manuelle und nicht manuelle Elemente. Zu den manuellen Elementen gehören Handform, Handstellung, Bewegung und Ausführungsstelle (vgl. Boyes Braem 1992: 18; Ruoff 1994: 95; Happ 2005: 10). Zu den nicht manuellen Elementen zählen Gesichtsausdruck, Blick, Kopfhaltung, Oberkörper und Mundbild (vgl. Boyes Braem 1992: 17; Happ 2005: 21ff). Erst im Zusammenspiel dieser Elemente können sämtliche Inhalte mittels Gebärdensprache transportiert werden – auch solche abstrakter Natur. Lange Zeit wurde die Bedeutung der nicht manuellen Elemente unterschätzt. So betont Boyes Braem:

„Erst später wurde klar, daß durch die nichtmanuellen Kanäle der Gebärdensprache nicht nur die Gefühle des Gebärdenden mitgeteilt werden können, wie Hörende dies durch nonverbale

Mittel tun, sondern daß diese Kanäle auch für die Grammatik des (sic!) Sprache selbst von zentraler Bedeutung sind.“ (Boyes Braem 1992: 18)

Heute weiß man, dass z.B. der Gesichtsausdruck analog zum Tonfall in der gesprochenen Sprache eingesetzt wird. Mit speziellen Kopfbewegungen werden häufig Verneinungen signalisiert und Mundbilder verfügen vielfach über eine unterscheidende, präzisierende oder betonende Funktion (vgl. Boyes Braem 1992: 97ff).

3) Eine Begleiterscheinung dieser linguistischen Strukturmerkmale stellt die dritte und letzte Ungleichheit dar, die im Rahmen dieser Arbeit behandelt werden soll: die andersgeartete Verschriftlichung. Die kleinste bedeutungsunterscheidende Einheit vieler Lautsprachen bildet das Phonem, das zugleich auch die Grundlage der Verschriftlichung darstellt. Gebärden hingegen gelten als Zeichen (vgl. Ruoß 1994: 94). Diese können zwar bildlich, aber nur schwer schriftlich festgehalten werden. Boyes Braem betont allerdings, dass eine schriftliche Darstellung aufgrund der beschränkten Komponentenzahl durchaus möglich wäre, sich jedoch keines der bisher erfundenen Notationssysteme als praktikabel erwiesen habe (vgl. Boyes Braem 1994: 29). Ruoß gelangt daher zu dem Schluss, dass eine *„Gebrauchsschrift für die Gebärdensprache fehlt“* (Ruoß 1994: 103f). Er geht jedoch vehement gegen die geläufige Folgerung vor, die Schrift der Lautsprache auf die einzelnen Gebärden zu übertragen:

„Die Schrift der Lautsprache kann dazu nicht herhalten. Sie richtet sich in hohem Maße auf die Wiedergabe des Lautbestands und unterliegt morphologischen, syntaktischen und lexikalischen Restriktionen der Lautsprache. Diese Schrift baut bei Gehörlosen nicht auf den natürlich gegebenen Voraussetzungen lautartikulatorischer Bewegungsmuster auf (List, 1990). Damit verbunden ist die Konsequenz, daß der Schrifterwerb (Lesen und Schreiben) für Gehörlose massiv erschwert ist.“ (Ruoß 1994: 104)

Die Schrift der Lautsprache ist für jemanden, so Ruoß, der in Bildern denkt, nicht leicht nachzuvollziehen (vgl. Ruoß 1994: 152). Die Schwierigkeit besteht dabei nicht in der Erkennung des Wortes – immerhin entsteht durch die Aneinanderreihung von Buchstaben ebenfalls ein (Wort-)Bild, das man mit einem Gegenstand assoziieren, sich einprägen und erfolgreich abrufen kann. Vielmehr stellt sich die Frage: Was ist ein B und wofür steht es? Und was hat das B der Banane mit dem B des Bettlakens zu tun? Und was unterscheidet das B vom P? Vor diesem Hintergrund scheint es nicht weiter verwunderlich, dass rd. 90% der Gehörlosen Probleme mit dem Lesen und Schreiben haben (vgl. Wempe/Walther 1996: 160).

Ein/e gehörlose/r Gebärdensprachler/in muss also eine Reihe sprachimmanenter Hürden überwinden, wenn er/sie die nationale Lautsprache erlernen will. Nach Papaspyrou ist eine der Hauptvoraussetzungen die frühe Aneignung der Gebärdensprache als Mutter- bzw. Bezugssprache (vgl. Papaspyrou 2002: 290). Ist diese Voraussetzung nicht gegeben, belegen verschiedene Studien (z.B. Conrad 1979, Asensio 1989, Wudtke 1990), dass die Kenntnisse der Lautsprache nicht über die eines Pflichtschulkindes hinausreichen (vgl. Montero/Soneira 2010: 39f):

„Research on the reading levels of the Deaf reveals that the population that generally finishes compulsory school reaches a reading-writing level comparable only to the reading-writing level of a hearing counterpart aged 10.“ (Montero/Soneira 2010: 39)

Die Bedeutung der Gebärdensprache liegt demnach nicht nur in der Eröffnung ungezwungener Kommunikation, sondern auch im Zugang zu anderen sprachlichen Welten.

Rund um die Gebärdensprache hat sich in den vergangenen Jahrzehnten eine eigene Kultur gebildet, die Gehörlosenkultur. Kennzeichnend für diese Kultur ist der Gebrauch der gemeinsamen Sprache. Fellner-Rzehak und Podbelsek dazu:

„Die gemeinsame Sprache ist ein wesentliches Merkmal einer Kultur. In der Gehörlosenkultur gilt die Gebärdensprache einerseits als Muttersprache der Mitglieder, andererseits auch als Kennzeichen der Gruppensolidarität und somit als Mittel der Identifikation.“ (Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 53)

Ebbinghaus und Heßmann leiten aus dieser Doppelrolle der Sprache eine private und eine öffentliche Seite der Kultur ab. Die private Seite umfasst familiäre und persönliche Beziehungen, die öffentliche hingegen *„besteht aus den Aktivitäten der verschiedenen Vereine, Verbände, Gruppierungen, in denen sich Gehörlose organisieren“* (Ebbinghaus/Heßmann 1989: 27). Vor allem die öffentliche Seite prägt das Sozialleben der Gehörlosengemeinschaft. Ihr Sinn besteht nach den Autoren in der Aufrechterhaltung einer Gesprächskultur. So unterstreichen sie:

„Erst die Gebärdensprache macht aus einer Anzahl gehörloser Menschen eine soziale Gemeinschaft.“ (Ebbinghaus/Heßmann 1989: 27)

Das bindende Glied dieser Gemeinschaft ist demnach nicht der Verlust des Gehörs, sondern die Verwendung einer gemeinsamen Sprache. Neben der Sprache und dem

hohen Organisationsgrad der Mitglieder sind auch spezielle Verhaltensnormen (z.B. Augenkontaktmuster, Regeln zur Aufmerksamkeitserlangung), kulturelle Artefakte (z.B. Bildtelefon, Lichtsignal-Anlagen), endogene Heiratsmuster und ein geteiltes historisches Bewusstsein charakteristisch für die Kultur der Gehörlosen (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 53f; Boyes Braem 1992: 136).

Ruoß betont, dass sich nicht alle Gehörlosen automatisch und von Kindesbeinen an mit der Gehörlosenkultur identifizieren (vgl. Ruoß 1994: 179). Die physiologische Einschränkung ist nicht das entscheidende Kriterium, sondern die innere Haltung. Je nach Zeitpunkt des Hörverlusts, betrachten sich manche Gehörlose als Teil der hörenden Gesellschaft. Umgekehrt fühlen sich viele hörende Kinder gehörloser Eltern der Gehörlosengemeinschaft zugehörig (vgl. Boyes Braem 1992: 137).

Boyes Braem und Ruoß erkennen zwei Voraussetzungen für die Identifizierung mit der Gehörlosengemeinschaft: den natürlichen, kommunikativen Umgang mit der Gebärdensprache und den Besuch pädagogischer Institutionen, die speziell für Gehörlose geschaffen wurden (vgl. Boyes Braem 1992: 137; Ruoß 1994: 179):

„Gute Kenntnisse der Gebärdensprache genügen nicht, um als Teil der Gehörlosengemeinschaft akzeptiert zu werden. Mitglieder müssen auch gemeinsame Erlebnisse [...] haben und müssen kulturelle Werte und Überzeugungen teilen. Für die 90% der Gehörlosen, die hörende Eltern haben, findet diese Sozialisierung und Enkulturation nicht zu Hause oder in der hörenden Gesellschaft, sondern in Schulen für Gehörlose statt [...]. Diese Schulen, häufig Internate, stellen für die meisten Gehörlosen die einzige Gemeinschaft dar, in die sie sich voll integriert fühlen.“ (Boyes Braem 1992: 139)

Schulen und Internate nehmen demnach eine zentrale Rolle bei der Sozialisierung von gehörlosen Kindern ein. Boyes Braem streicht heraus, dass aufgrund der oralen Ausrichtung dieser Institutionen vor allem die Zeiten zwischen den Unterrichtseinheiten entscheidend für die Gruppenbildung bzw. Identifikation sind (vgl. Boyes Braem 1992: 140). Ruoß fügt noch hinzu, dass die Verbannung der Gebärdensprache vom Stundenplan dazu geführt hat, dass gehörlose Kinder die Gebärdensprache und die Kultur von Gleichaltrigen erlernen – ein Umstand, der in der Vergangenheit häufig für Kritik gesorgt hat (vgl. Ruoß 1994: 179).

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass es sich bei der Gehörlosengemeinschaft nicht nur um eine Sprach-, sondern auch um eine Kulturgemeinschaft handelt. Eigene Werte und Normen kennzeichnen sie ebenso wie ein hoher, interner Organisationsgrad und die Tendenz, unter seinesgleichen zu

bleiben. Der Hörverlust ist dabei nicht das entscheidende Zugehörigkeitsmerkmal, sondern die Gebärdensprachkompetenz und der Besuch einer Hörschule.

Im Hinblick auf das Unterhaltungserleben gehörloser Menschen spielt der kulturelle Hintergrund eine entscheidende Rolle. Boyes Braem betont, dass sich in den meisten Hörschulen ein eigenes Humorverständnis und Traditionsbewusstsein entwickelt haben (vgl. Boyes Braem 1992: 144). Dies muss natürlich bei der Übersetzung audiovisueller Inhalte berücksichtigt werden, was den Translationsprozess zusätzlich erschwert. Dennoch unterscheidet sich die Hörschule in diesem Punkt nicht von anderen Sprach- und Kulturgruppen. So muss ein/e Dolmetscher/in bei der Translation eines spanischen Textes dieselben sprachimmanenten und kulturellen Hürden überwinden.

6.3) Wahrnehmung und Mediennutzung gehörloser Menschen

Die Sinnesorgane verhelfen dem Individuum, seine Außenwelt bedeutungsvoll zu erschließen. Sie liefern Informationen über das, was außerhalb des Körpers vor sich geht (vgl. Rohracher 1988: 103). Nach Rohracher zählen die Augen, die Ohren, die Geruchs-, Tast- und Geschmacksorgane ebenso dazu wie die *„kleinen über den Körper verteilten Organe, deren Reizung Kälte und Wärme, Druck und Schmerz erzeugt“* (Rohracher 1988: 103). Allen gemein ist, dass sie – sobald sie in ihrer Eigenheit angesprochen werden – Erscheinungen erzeugen, die in der Psychologie als Empfindungen bezeichnet werden. Ein Beispiel dafür ist die Wellenlänge des Lichts, die beim Menschen eine bestimmte Farbempfindung auslöst. In Verbindung mit den bisherigen Erfahrungen werden aus diesen Empfindungen schließlich Wahrnehmungen (vgl. Rohracher 1988: 104f). Gerrig und Zimbardo fassen diesen Prozess in drei Stufen zusammen:

„Wahrnehmung ist ein dreistufiger Prozess, der aus der sensorischen Stufe, der Stufe der perzeptuellen Organisation und der Stufe der Identifikation und des Wiedererkennens besteht.“ (Gerrig/Zimbardo 2008: 157)

Die sensorische Stufe umfasst die sensuale Umwandlung der physikalischen in neuronale Energie. Im Rahmen der perzeptuellen Organisation verschmelzen die einzelnen Empfindungen dann zu einem kohärenten Ganzen. Dadurch können nicht nur Details, sondern gesamte Objekte wahrgenommen werden. Allerdings wird der Wahrnehmungsprozess erst durch die dritte Stufe vervollständigt: Die Objekte werden identifiziert, wiedererkannt und mit Bedeutung belegt. Fischer dazu:

„Die Sinne erschließen dem Menschen die Welt. Doch sein Welt-Bild entsteht erst in einem komplexen Prozeß von Filtern und Gewichten, Denken und Fühlen.“ (Fischer 1997: 23)

Gehörlose Menschen haben einen bedeutenden Sinn weniger. Das Gehirn versucht, dieses Defizit durch die Schärfung der anderen Sinne auszugleichen. So betont Sacks in einem Interview mit der Zeitschrift GEO, dass bei Gehörlosen das zerebrale Hörzentrum häufig Aufgaben des Sehens übernehme (vgl. Sacks 1997: 86). Grefe erkennt darin eine Anpassung des Gehirns an die Bedingungen und betont, dass dies auch bei erblindeten Menschen in Form des Blindsehens vorkomme (vgl. Grefe 1997: 76).

Gehörlose Menschen verfügen demnach über einen verfeinerten Sehsinn. Neudecker spricht dabei von einer bemerkenswerten Gabe, die sie zu umschreiben versucht (vgl. Neudecker 2003: 26):

„Meine Schüler nehmen Dinge wahr, erkennen Situationen und Gefühle, lange bevor sie formuliert werden. Sie erkennen am Morgen wie es mir geht, und sie bemerken jede noch so kleine Veränderung. Ob das nun eine Nuance hellerer Lippenstift ist, neue Meschen oder andere Ohrringe [...]“ (Neudecker 2003: 26)

Zur Erfassung ihrer Umwelt ziehen gehörlose Menschen in erster Linie ihre Augen heran. Sie werden daher auch häufig als Augenmenschen bezeichnet. Nach Rohracher ist dies jedoch nicht ausreichend, um *„die Vorgänge in der Welt rasch und sicher zu überblicken“* (Rohracher 1988: 104). Sie müssen ihre Empfindungen in Gedanken übertragen und festhalten.

Um denken zu können, braucht das Individuum ein System repräsentativer Symbole. Während früher nur die Lautsprache in Betracht gezogen wurde, weiß man heute, dass auch andere Systeme, wie z.B. die Musik oder Mathematik, dafür infrage kommen (vgl. Sacks 2008: 37f, 71f). Wichtig ist, dass der Mensch auf ein solches System zurückgreifen kann, ansonsten bleibt *„das Spektrum seiner Gedanken stark eingeschränkt [...] und praktisch auf eine unmittelbar erfahrbare, kleine Welt begrenzt“* (Sacks 2008: 69). Auf welches System greifen jedoch Gehörlose zurück, wenn sie denken, sich an etwas erinnern oder träumen? Welchen kognitiven Verarbeitungsstrategien bedienen sie sich?

6.3.1) Kognitive Verarbeitungsmuster

Die meisten hörenden Menschen denken in Worten. Sie führen ein lautloses Selbstgespräch, das Linde und Kay als *„inner speech“* (Linde/Kay 1999: 19) bezeichnen. Die Inhalte werden dabei phonologisch codiert. Wie ist das jedoch bei

Gehörlosen? Wenden sie dieselben kognitiven Verarbeitungsstrategien an wie hörende Menschen?

Nachdem die Gehörlosen eine besonders inhomogene Gruppe bilden, konnte bisher kein allgemein zutreffendes Verarbeitungsmuster erkannt werden. Das bedeutet, dass gehörlose Menschen sowohl phonologische als auch cherologische und metaphorische Verarbeitungsmuster anwenden.

Conrad konnte im Rahmen einer Vielzahl von Experimenten zur Codierung im Kurzzeitgedächtnis bereits in den 70er-Jahren beweisen, dass einige Gehörlose phonologisch bzw. artikulatorisch codieren (vgl. Ruoff 1994: 157). Aus heutiger Sicht überrascht dieses Ergebnis, da implizit angenommen wird, dass die Gebärdensprache als Muttersprache die primäre Codierungsform darstellt. Aus damaliger Sicht überraschte das Ergebnis ebenfalls, da aufgrund der oralen Ausrichtung der Gehörlosenpädagogik angenommen wurde, dass ein Großteil der Betroffenen phonologisch codiere. Conrad zeigte jedoch das Gegenteil auf – nur einige wenige bedienen sich dieser Strategie. Linde und Kay dazu:

„However, the extent of articulatory recoding by deaf people is relatively low even among those in oral schools (Conrad 1972, 1979) and while it may assist in memory and word identification, it does not take advantage of the natural language of deaf people.“ (Linde/Kay 1999: 22)

Der Großteil der Gehörlosen codiert Informationen visuell, also cherologisch oder metaphorisch. Das cherologische Muster basiert auf der Gebärdensprache und wird demnach nur von Gebärdensprachbenutzer/innen angewandt. Ruoff zitiert eine Reihe von Experimenten, die belegen, dass die cherologische Codierung ähnlich wie die phonologische bei Hörenden funktioniert. Dabei werden die Gebärden nicht holistisch abgespeichert, sondern in strukturelle Einheiten zerlegt (vgl. Ruoff 1994: 161f).

Die metaphorische Codierung bezeichnet das Verarbeiten bzw. Abspeichern von Informationen in Form von Bildern. So betont Rußmann, dass vor allem Menschen, die ihr Gehör prälingual verloren haben, in Bildern denken (vgl. Rußmann 2002: 62). Müller stimmt in diesen Kanon mit ein und betont:

„[...] diese Gehörgeschädigten denken in Bildern, da sie durch den Ausfall des Hörsinnes eine Kompensation durch den Sehsinn anstreben.“ (Müller 1986: 28)

Auch Fuxa unterstreicht die Bedeutung des Visuellen für den Codierungsprozess von gehörlosen Menschen und betont, dass ihr Denken *„als Abfolge von Bildern zu sehen ist“* (Fuxa 2001: 131). Auf die Art und Ausprägung dieser Bilder nehmen die

Autor/innen jedoch keinen Bezug. Im Gegenteil, Müller konstatiert zu einem späteren Zeitpunkt, dass diese Bilder auch Gebärden umfassen. Sie setzt damit den Begriff des Bildes mit dem des Visuellen gleich, wodurch die Grenze zur cherologischen Codierung verschwimmt (vgl. Müller 1986: 33).

Welches Codierungsverfahren von Gehörlosen angewandt wird, hängt nach Ruoff von vier Faktoren ab (vgl. Ruoff 1994: 165ff):

- Charakteristik der Person (z.B. Zeitpunkt der Ertaubung)
- Charakteristik der frühen, linguistischen Erfahrungen (z.B. phonologisch, cherologisch, metaphorisch)
- Charakteristik des Stimulus (z.B. schriftlich, gebärdet, bildlich)
- Art der Aufgabe (z.B. freie od. geordnete Reproduktion)

Wenn der Charakter des Stimulus (z.B. schriftlich) dem bevorzugten Codierungsverfahren des Gehörlosen (z.B. cherologisch) nicht entspricht, muss der Stimulus zuerst umcodiert und somit eine zusätzliche Stufe in den Verarbeitungsprozess integriert werden – außer der Betroffene ist in seinem Codierungsverhalten derart flexibel, dass er problemlos umstellen kann. Diese zusätzliche Stufe erschwert den Prozess und erhöht somit die Fehleranfälligkeit.

Fest steht, dass gehörlose Menschen tendenziell visuell denken. Bedeutet dies, dass sie analog dazu visuelle Medien bevorzugen? Nach einem kurzen Überblick über die medialen Entwicklungen der vergangenen 100 Jahre und ihre Folgen für die Gehörlosengemeinschaft wird das Mediennutzungsverhalten gehörloser Menschen skizziert, um schließlich auf die Frage nach den bevorzugten Medien eingehen zu können.

6.3.2) Technischer Fortschritt: anfangs ein Rückschritt

Das 20. Jahrhundert war gekennzeichnet von einer Vielzahl an technischen Errungenschaften, die wahre Meilensteine in der Mediengeschichte darstellen. Während die meisten Menschen von diesem Fortschritt profitierten, bedeutete er für die Gemeinschaft der Gehörlosen anfangs nur Ausgrenzung (vgl. Kocher 1999: 27f; Rußmann 2002: 82; Lischka 2008: 163ff). Kocher betont, dass dieses Phänomen im Telekommunikationsbereich am deutlichsten zutage trete:

„Erfindungen wie beispielsweise das Telefon erschwerten für Gehörlose den Wettbewerb am Arbeitsmarkt ungemein. Das Radio war für hörende Menschen, abgesehen von seinem hohen Unterhaltungswert, die wichtigste Informationsquelle in Bereichen wie Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur und Religion. Für Gehörlose konnte dieses Medium nicht einmal ein Mindestmaß

an Information bieten, denn Radiohören war einfach unmöglich.“ (Kocher 1999: 27)

Auch im Filmbereich hatte der technische Fortschritt, der in der Addierung des Tons bestand, eine nachteilige Wirkung für die Gehörlosen. In der Stummfilm-Ära wurden hörende und gehörlose Rezipienten gleichermaßen angesprochen und repräsentiert. Als die Bilder jedoch sprechen lernten, erschloss sich für die Hörenden eine neue Welt. Den Gehörlosen blieb der Zutritt zu dieser neuen Welt verwehrt, sie mussten sich vorerst mit bewegten Bildern zufriedengeben. Erst mit der Erfindung der Teletext-Technologie wurde ihnen ein annähernd gleichwertiger Zugang ermöglicht (vgl. Kocher 1999: 29f).

Auch das Fernsehen, das von Burkart als das Jahrhundertmedium bezeichnet wird (vgl. Burkart 1998: 309), brachte nicht den erhofften Aufschwung für die Gehörlosen (vgl. Kocher 1999: 28). Die starke auditive Orientierung des Mediums, vor allem im Nachrichtenbereich, führte zur Entstehung einer Wissenskluft zwischen hörenden und gehörlosen Zuschauern. Lischka skizziert dieses Phänomen wie folgt:

„Einem Teil der Bevölkerung wird die Rezeption der Massenmedien erschwert, woraufhin dieser nach der Wissenskluft-Hypothese gegenüber den Bevorteilten immer mehr ins Hintertreffen gerät.“ (Lischka 2008: 165)

Da gehörlose Zuschauer den Ton nicht wahrnehmen können, wird ihnen die Rezeption erschwert. Sie erleiden ein Informationsdefizit, das nach Lischka zu gesellschaftlicher Isolation führt (vgl. Lischka 2008: 165).

Erst mit der Erfindung des Internets scheint sich das Blatt für die Gehörlosen zu wenden. So unterstreicht Rußmann, dass damit die bisherige Informationsbarriere für Gehörlose aufgebrochen werde. Denn das Internet entspreche sowohl hinsichtlich des Modus (= visuell) als auch des Zugangs und der Aktualität den Bedürfnissen und Wünschen der Gehörlosen (vgl. Rußmann 2002: 82).

Auch die weiteren Entwicklungen, die sich am besten mit den Schlagworten Multimedia und Konvergenz umreißen lassen, erleichtern den Gehörlosen die Rezeption medialer Stimuli (vgl. Rußmann 2002: 79f). Lischka führt dies auf den Umstand zurück, dass dabei das auditive Element zugunsten des visuellen in den Hintergrund trete. Damit würden sich die Medien stärker den Erfordernissen der Gehörlosen anpassen (vgl. Lischka 2008: 181):

„Statt der Anpassung der gehörlosen Person an die Umwelt scheint es fast so, als erfolge auf dem Gebiet der Kommunikationstechnologien eine Anpassung der Umwelt an die gehörlosen Menschen.“ (Lischka 2008: 182)

Dies macht sich vor allem die junge Generation zunutze, wodurch sie sich von der älteren grundlegend unterscheidet. So nehmen neue Technologien, wie z.B. das Videotelefonieren, heute einen bedeutenden Platz im Leben junger Gehörloser ein (vgl. Lischka 2008: 182).

Die technische Entwicklung kommt der visuellen Orientierung gehörloser Menschen demnach entgegen. In einigen Jahren – es wäre vermessen, bei der Akzeleration im Mediensektor von Jahrzehnten zu sprechen – werden sie vermutlich ebenso aktiv am medialen Geschehen teilnehmen können wie hörende Gesellschaftsmitglieder. Diese Prophezeiung bezieht sich jedoch vorwiegend auf den Bereich der Neuen Medien. Wirft man einen Blick in die Mediengeschichte, stellt man schnell fest, dass es den Neuen Medien niemals gelungen ist, alte zu verdrängen. Die Medien des 20. Jahrhunderts werden, wenn sie sich dieser Entwicklung nicht verschließen, kaum Einbußen hinnehmen müssen. Folglich bleibt ihre barrierefreie Gestaltung weiterhin ein brisantes Thema. Dabei stellt sich die Frage: Welche dieser Medien nutzen Gehörlose bereits heute?

Es liegt auf der Hand, dass sie rein auditive Medien, wie das Radio, nicht nutzen. Deswegen soll auf diese Medien nicht näher eingegangen werden. Wie sieht es jedoch mit den Printmedien aus? Lesen gehörlose Menschen trotz der Sprachbarriere Bücher und Zeitungen? Wie stellt sich die Lage in Bezug auf audiovisuelle Medien bzw. das Internet dar?

6.3.3) Printmedien

Die viel zitierten Hürden, die Gehörlose beim Erwerb der Laut- und Schriftsprache überwinden müssen, führen realpolitisch gesehen häufig zu schwach ausgeprägten Kompetenzen in diesem Bereich. Daher liegt die Vermutung nahe, dass Printmedien nicht zu ihren bevorzugten Medien zählen.

Rußmann gelangt jedoch auf Basis einer Online-Studie mit 99 gehörlosen Proband/innen zu dem Schluss, dass Tageszeitungen für Gehörlose ebenso wichtig sind wie für Hörende. Knapp 58% der gehörlosen Befragten sind davon überzeugt, sich durch Tageszeitungen genauso gut informieren zu können. Lediglich ein Fünftel glaubt, die Presse nicht so effizient nutzen zu können. Damit rangiere die Zeitung an zweiter Stelle hinsichtlich ihrer Bedeutsamkeit für die Probandengruppe, so Rußmann (vgl. Rußmann 2002: 126ff).

Zu ähnlichen Ergebnissen gelangt auch Fuxa. Für ihre Diplomarbeit führt sie eine vergleichende Umfrage mit insgesamt 91 Hörgeschädigten durch. Dabei stellt sie die Antworten der Gehörlosen jenen der Schwerhörigen gegenüber. Ihre These, dass Printmedien für Gehörlose eine eher untergeordnete Rolle spielen, kann sie dabei

nicht verifizieren – ganz im Gegenteil. Über die Hälfte der Gehörlosen gibt an, gerne Bücher zu lesen. Bei Zeitungen und Zeitschriften steigt der Satz sogar auf 87%. Weiters bestätigen knapp zwei Drittel der gehörlosen Befragten, dass sie täglich bzw. fast täglich lesen (vgl. Fuxa 2001: 182f).

Printmedien scheinen unter den Gehörlosen populär zu sein. Das bestätigen auch die Ergebnisse von Fellner-Rzehak und Podbelsek. In ihrer Studie über das Textverstehen gehörloser Personen in Österreich geben mehr als drei Viertel der Befragten an, über eine Tageszeitung bzw. ein Magazin zu verfügen. Weiters schätzt die Mehrheit der Proband/innen die eigene Lesefähigkeit als relativ gut ein. So glauben 54%, „eher gut“, und weitere 18%, sogar „sehr gut“ lesen zu können (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 175ff).

Fellner-Rzehak und Podbelsek begnügen sich jedoch nicht mit der Selbstauskunft der Proband/innen so wie Rußmann und Fuxa. Sie ermitteln das Textverstehen der Gehörlosen, indem sie ihnen praktische Aufgaben stellen. Die Ergebnisse geben ihnen dabei recht: Sie weichen eklatant von der Selbsteinschätzung der Untersuchungsteilnehmer/innen ab. So lösen 38% der Proband/innen kein einziges Beispiel richtig. Sie erhalten einen Literacy-score im Wert von 0. Rund 32% erhalten einen Literacy-score im Wert von 1, was bedeutet, dass sie die Aufgaben teilweise gelöst haben. Lediglich 30% können alle Beispiele richtig lösen und erhalten daher einen Literacy-score im Wert von 2 (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 203). Weiters stellen Fellner-Rzehak und Podbelsek fest, dass ein indirekter Zusammenhang zwischen dem Alter und der Höhe des Literacy-score besteht:

„[...] je älter eine Person ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie einen niedrigen Score erreicht und umgekehrt.“ (Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 203)

Auch die Ausbildung spielt eine signifikante Rolle, so die Autoren. Je höher der eigene Schulabschluss und jener der Eltern, desto eher gelangen die Gehörlosen zu einem guten Textverstehen (vgl. Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 205).

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass Printmedien unter den Gehörlosen sehr beliebt sind. Dennoch sind die gehörlosen Leser hinsichtlich der Nutzung von Printmedien nach wie vor benachteiligt. Sie scheinen sich dieser Benachteiligung jedoch nicht bewusst zu sein.

6.3.4) Internet

Rußmann ist der Überzeugung, dass das Internet den Bedürfnissen gehörloser Rezipienten am besten angepasst ist. Es bietet ihnen die Möglichkeit, mit Anderen in

Kontakt zu treten und sich nach eigenen Maßgaben zu vernetzen und zu informieren (vgl. Rußmann 2002: 89):

„Das Internet ist nicht nur Informationsanbieter (Informationsfunktion), sondern daneben durch seine vielfältigen Dienste eine einmalige Kommunikationsplattform – es berücksichtigt mehr als alle anderen Kommunikationstechnologien wie Telefon oder Fax die spezifische kommunikative Situation der Gehörlosen und erhöht dadurch die Chancen auf Beteiligung und Gleichberechtigung im kulturellen-gesellschaftlichen Umfeld und im Beruf.“ (Rußmann 2002: 89)

Ein großer Vorteil des Internets besteht in der Integration von Gebärdensprachvideos. Damit können die Inhalte auch weniger schriftsprachgewandten Usern zugänglich gemacht werden (vgl. Lischka 2008: 170). In Fuxas Befragung geben aber nur 56% der Gehörlosen an, zu Hause und/oder am Arbeitsplatz über einen Internetzugang zu verfügen. Die Autorin führt diesen geringen Prozentsatz auf die Altersdiskrepanz zurück. So besteht bei älteren Menschen eine Hemmschwelle, was die Internetnutzung anbelangt (vgl. Fuxa 2001: 178f).

Rußmann stellt im Rahmen ihrer Untersuchung fest, dass jene Gehörlosen, die über einen Zugang verfügen, diesen mehrmals wöchentlich sowohl für private als auch berufliche Zwecke nutzen (vgl. Rußmann 2002: 121f):

„[...] knapp 73% der Befragten ist täglich oder zumindest jeden zweiten Tag online [...].“ (Rußmann 2002: 122)

Am meisten wird dabei auf das World Wide Web zurückgegriffen, kurz auch WWW genannt. An zweiter Stelle rangieren E-Mail-Dienste und an dritter Chatrooms (vgl. Rußmann 2002: 123). Dies stützt Rußmanns These, dass das Internet trotz der Kommunikationsmöglichkeiten in erster Linie für Informationszwecke genutzt wird. Den höchsten Stellenwert haben dabei Informationen über Termine, Gesundheit, Medien sowie Wissenschaft und Technik (vgl. Rußmann 2002: 138). Auch das Geschehen in der unmittelbaren Umgebung wird mithilfe des Internets erkundet (vgl. Rußmann 2002: 142). So gelangt Rußmann zu dem Schluss, dass das Internet zum wichtigsten Medium für Gehörlose geworden ist (vgl. Rußmann 2002: 129). Bei der Reflektion dieses Schlusses muss jedoch berücksichtigt werden, dass die Ergebnisse auf Basis einer Online-Umfrage zustande gekommen sind. Alle Teilnehmer/innen hatten demnach Zugang zum Internet und waren versiert im Umgang mit diesem. Daher ist es nicht weiter verwunderlich, dass sie das Internet anderen Medien

gegenüber bevorzugen. Dennoch soll damit die Bedeutung des Internets für Gehörlose nicht geschmälert werden. Vor allem für die jüngere Generation bietet es ungeahnte Möglichkeiten.

6.3.5) Audiovisuelle Medien

Im Rahmen der Betrachtung audiovisueller Medien wird der Blick vor allem auf das Kino und das Fernsehen gerichtet.

Barrierefreiheit ist ein Schlagwort, das vor dem Kino haltgemacht hat. Die barrierefreie Gestaltung von Kassenschlagern aus Hollywood bleibt meist den DVD-Produzenten oder Rundfunkanstalten überlassen.

In einigen europäischen Ländern ist jedoch die kostspielige Synchronisation von Kinofilmen unrentabel. In diesem Fall werden sie mit Untertiteln versehen. Obwohl diese Untertitel nicht auf die speziellen Bedürfnisse von Gehörlosen zugeschnitten sind, profitieren sie dennoch davon.

Österreich gehört jedoch – wie der gesamte deutschsprachige Raum – zu den klassischen Synchronisationsländern. Das bedeutet, dass Kinofilme in Deutsch und meist ohne Untertitel vorgeführt werden. Eine Ausnahme bilden dabei die sogenannten Alternativkinos. Es handelt sich dabei um sehr kleine Kinos, deren Programmauswahl vom Mainstream beachtlich abweicht. Die Filme erreichen in der Regel einen sehr geringen Bekanntheitsgrad, weshalb der Originalton überwiegend erhalten und mit deutschen Untertiteln ergänzt wird.

In Österreich können gehörlose Filminteressierte also zwischen dem stummen Hollywood-Blockbuster und dem untertitelten Alternativfilm wählen, wenn sie ins Kino gehen wollen. Dieses Angebot scheint nicht besonders verlockend, weshalb die Betroffenen erfahrungsgemäß auf das Erscheinen der DVD warten – in der Hoffnung, dass diese mit Untertiteln für Gehörlose versehen ist. Trifft dies nicht zu – wie im Fall einiger heimischer Produktionen – ist der Ärger oft groß.

Weniger frustrierend scheint die Rezeption von Fernsehinhalten zu sein. Teile des Programms werden den Gehörlosen mittels Untertitel oder Dolmetsch-Einblendungen zugänglich gemacht. Dies erleichtert die Rezeption und hat in Kombination mit den niedrigen technischen Hürden dazu geführt, dass sich das Fernsehen zum beliebtesten Medium der Gehörlosen entwickelt hat (vgl. Fuxa 2001: 184). Fellner-Rzehak und Podbelsek belegen dies recht eindrücklich mit einigen Zahlen:

„92% der Befragten besitzen einen Fernseher, 82% (41 Nennungen) verwenden ihn täglich. 32% (16 Personen) verbringen mehr als 2 Stunden vor dem Fernseher, 40% (20 Nennungen) ein bis zwei Stunden am Tag und 5 Personen (10%) sehen weniger als eine Stunde täglich fern.“ (Fellner-Rzehak/Podbelsek 2004: 183)

Auch Hagn kann in ihrer Studie bestätigen, dass die meisten Gehörlosen gern und viel fernsehen:

„Trotz des mangelnden Fernsehangebotes sehen Gehörlose und Schwerhörige sehr gern fern (34,04%). Lediglich 4,26% finden das Angebot miserabel und schalten den Fernseher nur ungern ein. Der Fernsehkonsum werktags und am Wochenende beträgt durchschnittlich zwischen zwei und vier Stunden und wird zu 40,5% am Hauptabend zwischen 20:00 und 22:00 Uhr größtenteils über Kabel (55,32%) konsumiert.“ (Hagn 2006: 97)

Auch Ebbinghaus und Heßmann gelangen auf Basis ihrer Befragung zu dem Ergebnis, dass das Fernsehen eine wichtige Rolle im Leben von Gehörlosen spielt (vgl. Ebbinghaus/Heßmann 1989: 25). Vor allem untertitelte Sendungen werden gerne konsumiert. Fuxa geht in ihrer Diplomarbeit gar so weit zu behaupten, dass untertitelte Sendungen häufiger und lieber rezipiert werden als gedolmetschte Sendungen (vgl. Fuxa 2001: 185). In Anbetracht des niedrigen Angebots zentroidal verdolmetschter Sendungen ist dies eine sehr waagemutige Schlussfolgerung. Weiters vernachlässigt Fuxa dabei den Gewöhnungseffekt, den die Praxis der Untertitelung nach über 30 Jahren beim Zielpublikum hervorgerufen hat. Interessanterweise wird in derselben Studie von einem Großteil der Befragten der vermehrte Einsatz von Dolmetsch-Einblendungen als wesentliche Verbesserungsmöglichkeit für das Fernsehangebot genannt (vgl. Fuxa 2001: 202). Dieses Ergebnis scheint Fuxa bei ihrer Schlussfolgerung nicht zu berücksichtigen – obwohl es Teil ihrer eigenen Studie ist.

Hagn geht in ihrer Untersuchung näher auf die TV-Vorlieben der Gehörlosen ein und stellt fest, dass vor allem Unterhaltungsprogramme gerne gesehen werden:

„Das gehörlose und schwerhörige Publikum ist ein großer Serienfan und schaltet ‚Monk‘ mit 80,9% am Häufigsten auf ORF 1 ein. Dicht gefolgt von den ‚Desperate Housewives‘ und den Krimiserien ‚Tatort‘ und ‚CSI-Miami‘, die jeweils 76,6% der Gesamtheit der gesehenen Sendungen auf ihrem Konto verbuchen können.“ (Hagn 2006: 98)

Des Weiteren werden Sportsendungen und Reportagen von den Gehörlosen mit Vergnügen konsumiert (vgl. Hagn 2006: 99). Bei der Frage, welche Formate künftig untertitelt werden sollen, stehen Spielfilme unangefochten auf Platz 1, gefolgt von Nachrichten und Politsendungen (vgl. Hagn 2006: 101). Auch dieses Ergebnis deutet auf die Rezeption primär zu Unterhaltungszwecken hin. Dabei muss jedoch berücksichtigt werden, dass Nachrichtensendungen nur einen Bruchteil des Programms der Sender ORF1 und ORF2 ausmachen und daher im quantitativen

Vergleich mit Unterhaltungssendungen stets schlechter abschneiden. Den Gehörlosen sind Fernsehnachrichten ebenso wichtig wie Unterhaltungsprogramme, das belegen auch die Ergebnisse von Hagn (vgl. Hagn 2006: 137). Relativ zu dem Mehr an Angeboten wird auch ein Mehr an Unterhaltung konsumiert.

6.4) Fazit: Gehörlosigkeit begünstigt (audio)visuell vermitteltes Unterhaltungserleben

Der Verlust des Gehörs kann sicherlich als die härteste Form der Hörbeeinträchtigung bezeichnet werden. Die Folgen für die Betroffenen sind gravierend und wirken sich sowohl auf die Wahrnehmung als auch Sprachentwicklung aus. Dennoch entspricht das Selbstbild dieser Menschen nicht unbedingt dem eines behinderten oder beeinträchtigten Menschen. Vielmehr sehen sie sich als Mitglieder einer sprachlich-kulturellen Minderheit.

Versucht man nun, im Sinne der TDU die Merkmale und Kennzeichen gehörloser Rezipienten herauszufiltern, müssen an erster Stelle die Sprache und Kultur genannt werden. Damit gehen aber auch spezielle Verarbeitungs- und Wahrnehmungsmuster einher, die aufgrund ihrer visuellen Prägung dem audiovisuell vermittelten Unterhaltungserleben durchaus förderlich sind.

So ist Sacks der Überzeugung, dass Menschen, welche die Gebärdensprache als Muttersprache erlernt haben, diese auch zur Formulierung ihrer Gedanken einsetzen. Die Gebärdensprache ist nach Sacks jedoch nicht linear und prosaisch, sondern filmisch strukturiert (vgl. Sacks 2008: 134f):

„Vielmehr entspricht es dem Wesen der Gebärdensprache, von der Normaleinstellung zur Nahaufnahme, von dort zur Totalen und dann wieder zur Naheinstellung usw. zu springen, wobei auch Rück- und Vorausblenden möglich sind.“ (Sacks 2008: 134)

Demnach besteht eine Parallele zwischen den kognitiven Verarbeitungsmustern gehörloser Menschen und den Strukturen filmischer Stimuli. Folglich müssen gehörlose Rezipienten im Vergleich zu hörenden weniger Energie aufbringen, um Filminhalte zu encodieren. Damit wirkt sich diese Parallele positiv auf das Unterhaltungserleben aus.

Auch hinsichtlich der Wahrnehmung schneiden die Gehörlosen im Vergleich zu den Hörenden besser ab, da der Körper bestrebt ist, den fehlenden Hörsinn durch die Schärfung eines anderen Sinns auszugleichen. Das betrifft meistens den Sehsinn. So konnte Bellugi in einer Reihe von Tests nachweisen, dass gehörlose Menschen

Formen, Bewegungen und Objekte schneller und detaillierter erfassen können als hörende (vgl. Sacks 2008: 147f). Bei der Rezeption von Filmen ist dies sicherlich eine nützliche Gabe, da ihnen keine wichtigen Details entgehen – weder durch den schnellen Schnitt noch durch die Überfrachtung der Bilder.

Gehörlose Menschen verfügen also über zahlreiche visuell-kognitive Fähigkeiten, welche die Rezeption von (audio)visuellen Medien begünstigen. Unter diesen Voraussetzungen ist es nicht weiter verwunderlich, dass diese Medien bevorzugt werden. Während die Gehörlosen zu Informationszwecken jedoch das Internet favorisieren, konsultieren sie zu Unterhaltungszwecken lieber das Fernsehen.

Alle diese Faktoren machen deutlich, dass im Sinne der TDU dem audiovisuell vermittelten Unterhaltungserleben vonseiten des gehörlosen Rezipienten bzw. der gehörlosen Rezipientin nichts im Wege steht – im Gegenteil. Die Rezeption ist demnach alles andere als sinnlos.

7) Das Unterhaltungserleben gehörloser Rezipient/innen

7.1) Forschungsleitende Fragestellung

Es gilt, die Ausprägung des Unterhaltungserlebens einer speziellen Probandengruppe unter bestimmten Voraussetzungen zu eruieren. Die abhängige Variable der Untersuchung ist demnach das Unterhaltungserleben, die unabhängige der veränderbare Stimulus, also ein Film(ausschnitt) mit/ohne Untertitel bzw. mit/ohne Gebärdenspracheinblendungen.

7.1.1) Forschungsfragen

Die Forschungsfragen lassen sich in zwei Gruppen unterteilen. Die erste Gruppe besteht aus Fragen, die im theoretischen Teil dieser Arbeit mittels Literaturrecherche erörtert werden (vgl. Kap. 3 bis Kap. 6). Die zweite Gruppe hingegen bezieht sich auf den praktischen Teil (vgl. Kap. 7). Die Fragen werden mithilfe der Ergebnisse der empirischen Untersuchung beantwortet.

Gruppe 1: theoretisch zu erörternde Fragen

- FF1: Was zeichnet Unterhaltungserleben aus und wie entsteht es?
- FF2: Worin liegt die Bedeutung audiovisueller Unterhaltung?
- FF3: Wie wird der Zugang zu audiovisueller Unterhaltung sichergestellt?
- FF4: Unterhält der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Österreich (ORF)?
- FF5: Welche Formen der Tonsubstitution gibt es?
- FF6: Können Untertitel und Dolmetsch-Einblendungen dieselben Emotionen hervorrufen wie akustische Reize?
- FF7: Was unterscheidet hörbeeinträchtigte bzw. gehörlose Rezipient/innen von hörenden?

Gruppe 2: empirisch zu erkundende Fragen

- FF8: Wie erleben gehörlose Menschen audiovisuelle Unterhaltung?
- FF9: Ist ein audiovisueller Stimulus, der mittels **Untertitel** zugänglich gemacht wird, für gehörlose Rezipient/innen genauso spannend, lustig oder traurig wie für hörende mit Ton?

FF10: Ist ein audiovisueller Stimulus, der mittels **Dolmetsch-Einblendungen** zugänglich gemacht wird, für Gehörlose genauso spannend, lustig oder traurig wie für Hörende mit Ton?

FF11: Wann ist das Unterhaltungserleben gehörloser Menschen, das durch audiovisuelle Stimuli vermittelt wird, stärker ausgeprägt: wenn der Ton mittels Untertitel substituiert wird oder mittels Dolmetsch-Einblendungen?

FF12: Vermitteln die Programme des ORF gehörlosen Menschen Unterhaltungserleben?

7.1.2) Hypothesen

Die alphabetisch strukturierten Hypothesen beziehen sich vor allem auf die empirischen Fragen. Bei einer Verifizierung werden sie mit den theoretischen in Verbindung gebracht.

Ha: Gehörlose Menschen **erleben** bei der Rezeption von audiovisuellen Stimuli Unterhaltung.

Hb: Das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Menschen kann mittels Tonsubstitution gesteigert werden.

Hc: Bei der Tonsubstitution mittels Untertitel ist das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Menschen schwächer ausgeprägt als bei der Tonsubstitution mittels Dolmetsch-Einblendungen.

Hd: Das audiovisuell vermittelte **Unterhaltungserleben** gehörloser Menschen ist mit Tonsubstitution gleich stark ausgeprägt wie bei hörenden.

He: Wenn das Unterhaltungserleben gehörloser Menschen bei der Rezeption von Fernsehprogrammen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich (ORF) gleich stark ausgeprägt ist wie bei hörenden, dann erfüllt der ORF seinen Programmauftrag.

7.2) Operationalisierung

Werner Früh hat gemeinsam mit Carsten Wunsch und Pascal Klopp in Anlehnung an die TDU einen Unterhaltungsindex entwickelt, mit dem es möglich ist, das Unterhaltungserleben, das durch einzelne TV-Sendungen vermittelt wird, zu bestimmen.

7.2.1) TDU-Unterhaltungsindex

Der TDU-Unterhaltungsindex basiert auf der Annahme, dass vier spezielle Bedingungen gegeben sein müssen, um von Unterhaltungserleben sprechen zu können:

- „1. Es muss sich um eine Makroemotion handeln,
 2. die zumindest einen kleinen positiven Valenzanteil besitzt;
 3. es muss passive Souveränität gegeben sein;
 4. es muss aktive Souveränität gegeben sein.“
- (Früh/Wünsch/Klopp 2004: 523)

Passive Souveränität muss wiederum von drei verschiedenen Perspektiven betrachtet werden: dem gesellschaftlich-kulturellen Kontext, der Alltagsrelevanz und dem situativen Kontext. Dasselbe gilt auch für aktive Souveränität.

„Die aktive Souveränität bezeichnen wir als Strategie, mit der ein Medienbeitrag rezipiert wird. Sie ist bestimmt durch Involvement und den Umfang der (selbstbestimmten) externen oder internen Stimulation, die wiederum kognitiver oder emotionaler Art sein kann.“ (Früh/Wünsch/Klopp 2004: 527)

Daraus ergeben sich vier Ausprägungen der aktiven Souveränität: internal-affektiv, internal-kognitiv, external-affektiv und external-kognitiv (vgl. Früh/Wünsch/Klopp 2004: 528).

Aus diesen Indikatoren entwickelten Früh, Wünsch und Klopp einen Unterhaltungsindex (UI): $UI = V * pS * aS$

Während passive Souveränität (pS) aus dem Mittelwert der drei Unterkonstrukte entsteht, wird für aktive Souveränität (aS) lediglich der Wert des höchsten Unterkonstruktes eingesetzt (vgl. Früh/Wünsch/Klopp 2004: 528).

7.2.2) Postrezeptive Befragung

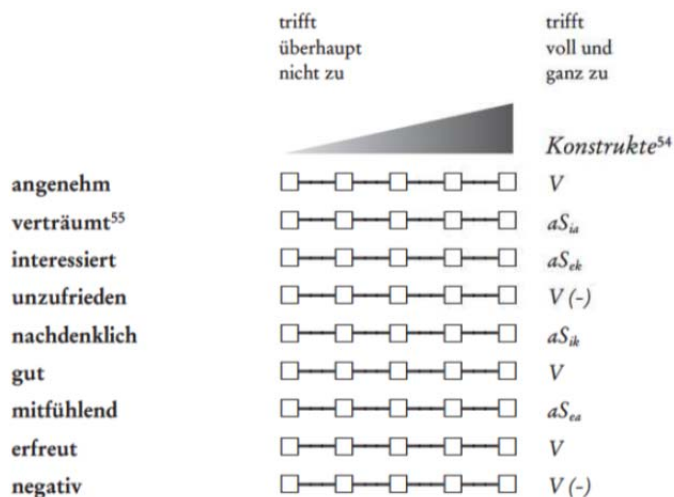
Zur Erhebung der Daten empfehlen Früh, Wünsch und Klopp eine Befragung nach vorhergehender Rezeption eines TV-Beitrags. Mithilfe eines Fragebogens geben die Proband/innen Auskunft über ihr Unterhaltungserleben.

„Da es um eine Vergleichbarkeit zu den traditionell angewandten Erhebungsverfahren geht, beschreiben wir hier zunächst einmal nur die postrezeptive Messung des Unterhaltungserlebens, die sich retrospektiv auf die Wahrnehmung während der vorherigen Rezeption bezieht. Die

dafür geeignete Datenerhebungsmethode ist die Selbstausskunft der Rezipienten im Rahmen einer Befragung.“ (Früh/Wünsch/Klopp 2004: 525f)

Zur Erfassung von Valenz und aktiver Souveränität werden im Fragebogen Adjektivlisten in Verbindung mit Ratingskalen eingesetzt (vgl. Abb. 19).

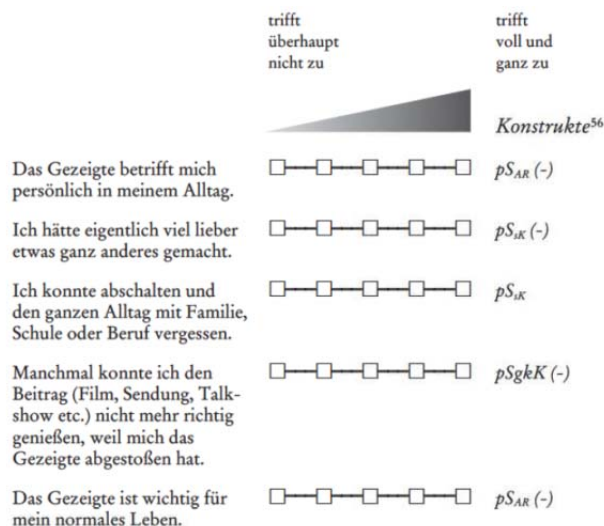
Abb. 19 Items zur Abfrage aktiver Souveränität und Valenz



(Quelle: Früh et.al. 2004: 543)

Passive Souveränität wird durch graduelle Zustimmung bzw. Ablehnung zu fünf speziellen Aussagen ermittelt (vgl. Abb. 20).

Abb. 20 Items zur Abfrage passiver Souveränität



(Quelle: Früh et. al 2004: 544)

7.2.3) Kritik am TDU-Unterhaltungsinde

Die Formel zur Berechnung des Unterhaltungserlebens von TV-Formaten scheint in sich schlüssig. Die multiplikative Zusammensetzung gründet auf der Annahme, dass die drei Faktoren Valenz, passive und aktive Souveränität gleichwertige Voraussetzung für die Entstehung von Unterhaltungserleben sind.

Die praktische Umsetzung überrascht jedoch in ihrer Ausführung: Es reicht ein flüchtiger Blick auf den Fragebogen, um zu erkennen, dass die Liste der Items recht kurz ist. Früh, Wunsch und Klopp bezeichnen das Messinstrument zwar explizit als Kurzform, bieten jedoch – auch zu einem späteren Zeitpunkt – keine umfassendere Langform an. Dieser Umstand birgt jedoch nicht nur Nachteile. Aufgrund der besonderen Ausgangslage ist ein verifizierter, leicht verständlicher Fragebogen auch von Vorteil. Die Adaptierung in Richtung der Österreichischen Gebärdensprache fällt dafür umso leichter.

Ein offensichtliches Defizit des Messinstruments resultiert aus der Konstruktion als postrezeptives Instrument. So kann der Fragebogen nur nach vorhergehender Rezeption eines Beitrags eingesetzt werden. Dies reduziert ihn auf ein Mittel zur Messung des vermittelten Unterhaltungserlebens einzelner Sendungen. Allerdings legt die Tatsache, dass der Abruf einer Makroemotion direkt nach dem auslösenden Erlebnis präziser und detaillierter erfolgen kann als bei einer allgemeinen Befragung nach einem unbestimmten Zeitraum, den Einsatz einer derart angelegten Befragung ohnehin nahe.

Ein zusätzlicher Kritikpunkt besteht in der Definition der Items: Für die Messung von Valenz und aktiver Souveränität verfügen sie über keine klar definierte Bedeutung. Die Auffassungen zu den Adjektiven „gut“, „erfreut“ oder „verträumt“ variieren vermutlich genauso wie die Auffassungen der Rezipient/innen zu dem Begriff „unterhaltend“.

Der TDU-Unterhaltungsinde ist dennoch ein Messinstrument, das sich für die Untersuchung des Unterhaltungserlebens gehörloser Menschen eignet. Die kurze, verständliche Ausführung begünstigt die Validität der Daten in vielerlei Hinsicht: 1) So kann der Fragebogen leichter der gehörlosen Sprachminderheit zugänglich gemacht werden. 2) Zusätzlich nimmt durch die Kürze die Scheu der Proband/innen ab, an der Untersuchung teilzunehmen. Dies ist vor allem im Hinblick auf die hörbehinderten Proband/innen von essenzieller Bedeutung. Aufgrund der Unterschiede hinsichtlich ihrer Muttersprache scheuen sie lange komplexe Schriftstücke. 3) Weiters gilt es zu bedenken, dass nach der Rezeption eines Spielfilms, der zwischen 1,5 und 2 Stunden dauert, die Bereitschaft, einen langen Fragebogen auszufüllen, möglicherweise relativ gering ist.

Dennoch lässt sich die Liste der Items für die zu messenden Konstrukte Valenz, aktive Souveränität und passive Souveränität nach Bedarf erweitern. Natürlich können auch neue Fragen integriert werden. Eventuell würde sich eine Ergänzung mit den Items der TV-Erlebnisfaktoren von Ursula Dehm anbieten.

7.2.4) TV-Erlebnisfaktoren nach Ursula Dehm

Ursula Dehm entwickelt in einer Studie, die sie im Frühjahr 2002 durchführte, fünf Erlebnisfaktoren, die kennzeichnend sind für das Rezeptionserleben bei Fernsehprogrammen: Emotionalität, Orientierung, Ausgleich, Zeitvertreib und soziales Erleben (vgl. Dehm/Storll 2003: 428ff).

Je nach Stimulus ergeben sich Unterschiede in der Ausprägung dieser fünf Faktoren. Formate, die Unterhaltung vermitteln, zeichnen sich vor allem durch hohe Werte bei den Dimensionen Emotionalität, Orientierung und Ausgleich aus (vgl. Dehm/Storll 2003: 430).

Entwickelt wurden diese Faktoren auf der Basis von mehreren repräsentativen Befragungen mit jeweils 26 Items. Dehm und Storll führen mit den gewonnenen Daten eine Faktorenanalyse durch, bei welcher die fünf Dimensionen ermittelt werden. Um die Itemliste zu einem brauchbaren Messinstrument zu machen, wird sie in einem nächsten Schritt gekürzt:

„Anhand der Korrelationen zwischen den Items und der Faktorenladungen wurde die Itemliste um sechs Items reduziert. Auch mit der bereinigten Itemliste konnten stimulusunabhängig die genannten fünf Dimensionen reproduziert werden.“ (Dehm/Storll 2003: 429)

Übrig bleiben 20 Items, mit deren Hilfe man bemessen kann, welche Richtung das Rezeptionserleben tendenziell annimmt (vgl. Abb. 21).

Abb. 21 Zuordnung der Items zu den TV-Erlebnisfaktoren

TV-Erlebnisfaktoren		429 MEDIA PERSPEKTIVEN 9/2003
② TV-Erlebnisfaktoren ¹⁾		
<i>stimulusunabhängig/stichprobenübergreifend, Befragte ab 14 J.</i>		
		Faktorladung
Emotionalität		
macht mir Spaß		0,7748
ich kann dabei lachen		0,7317
ich kann mich dabei entspannen		0,6783
ich bin gespannt dabei		0,5513
ist eine schöne Abwechslung nach der Tageshete		0,5340
Orientierung		
gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken		0,7549
ich bekomme neue Informationen		0,7517
ich kann etwas lernen		0,7468
ist mir eine wertvolle Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will		0,6766
bringen viele Dinge, über die ich mich mit anderen unterhalten kann		0,6368
ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser		0,5650
Ausgleich		
beruhigt mich, wenn ich Ärger habe		0,7620
lenkt mich von Alltagssorgen ab		0,7413
Zeitvertreib		
ist Gewohnheit für mich		0,7228
so kann ich die Zeit verbringen		0,7168
so kann ich die Zeit sinnvoll nutzen		0,5987
Soziales Erleben		
manche Personen in den Fernsehsendungen sind wie gute Freunde für mich		0,7770
ich habe das Gefühl dazuzugehören		0,7729
ich kann am Leben anderer teilnehmen		0,5856
hilft mir, mich im Alltag zurechtzufinden		0,4993
1) Varianzklärung: 58 Prozent.		
Quelle: forsa./ZDF-Medienforschung, Mai 2003.		

(Quelle: Dehm/Storll 2003: 429)

Damit schaffen die Autor/innen ein Instrument, mit dem die Erlebnisqualität einzelner Formate bestimmt werden kann. Dies belegen Dehm, Storll und Beeske in einer Reihe weiterer Untersuchungen, bei denen sie die verschiedensten Sendungen, wie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, „Wer wird Millionär“ oder die „Tagesschau“, gezielt abfragen (vgl. Dehm, Storll, Beeske 2005: 50ff). Für die vorliegende Studie ist eine derartige Vorgehensweise aus zweierlei Gründen problematisch:

1) Dehm, Storll und Beeske legen eine starke Bindung der Proband/innen zu dem jeweiligen Format als Auswahlkriterium fest. Demnach wurden nur jene Personen befragt, die bereits im Vorfeld angaben, die betreffende Sendung (auch in Zukunft) regelmäßig zu verfolgen. Damit versuchen die Autor/innen, eine gravierende

Störvariable auszuschalten: die persönliche Präferenz für bzw. Abneigung gegen verschiedene Formate.

Ein solches Auswahlkriterium ist für die vorliegende Untersuchung jedoch nicht vorstellbar. Es würde die ohnehin niedrige Zahl potenzieller, gehörloser Proband/innen drastisch minimieren. Um die genannte Störvariable dennoch weitestgehend zu neutralisieren, kann bei der Auswahl der Stimuli auf verschiedene Indikatoren, wie ihre Popularität, die Einschaltquoten und die Bewertungen der Filmkritiker/innen, zurückgegriffen werden (vgl. Kap. 7.4.1).

Die Dehm'schen Faktoren bieten allerdings noch eine Alternative: Sie können ganz allgemein abgefragt werden, also nicht formatbezogen. Dabei bittet man die Proband/innen, an Sendungen zu denken, bei denen sie sich z.B. gut unterhalten fühlen. Auf diese Weise haben die Befragten automatisch ein Format vor Augen, das ihnen gefällt. Natürlich kann im Nachhinein eruiert werden, an welche Sendung(en) der/die Einzelne gedacht hat. Nachdem Dehm und Storll auf diese Weise die fünf Erlebnisfaktoren erarbeitet haben, existiert auch genug Vergleichsmaterial. Daher wird diese Variante für die vorliegende Studie favorisiert. Sie kann zusätzlich zum Kern der Untersuchung, dem Fröh'schen Unterhaltungsindex, zum Einsatz gelangen.

2) Bei den Folgeuntersuchungen von Dehm, Storll und Beeske liegt der Fokus des Interesses jeweils auf dem Format, nicht auf der Ausprägung des Erlebens. Es geht ihnen in erster Linie darum herauszufinden, welche Leistungen die einzelnen Sendungen erbringen. Demnach werden Elemente, wie der situative oder gesellschaftliche Kontext, an den Rand gedrängt. Die Autor/innen betonen zwar, dass solche Elemente stets vorhanden sind, jedoch keinen Planungsfaktor darstellen (vgl. Dehm/Storll 2003: 426). Im Fokus des vorliegenden Projekts steht jedoch die Makroemotion Unterhaltung, die nicht nur vom Stimulus, sondern auch von anderen Elementen (situativer Kontext, gesellschaftlicher Kontext, Souveränität etc.) geprägt wird. Diese können mit den Dehm'schen Items kaum erfasst werden.

Dennoch eignen sich die Dehm'schen Erlebnisfaktoren bzw. die dazugehörige Itemliste als Ergänzung für diese Untersuchung. Fragt man nicht gezielt nach einem Format, sondern ganz generell nach Sendungen, die Unterhaltung vermitteln, lässt sich das Unterhaltungserleben gehörloser Personen ganz allgemein beschreiben. Mithilfe der Daten aus den Kontrollgruppen und den Ergebnissen von Dehm und Storll kann man auf diese Weise ermitteln, ob sich das TV-Erleben gehörloser Personen grundsätzlich von dem hörender unterscheidet. Wird zusätzlich erfragt, an welche Sendungen der/die jeweilige Proband/in dabei gedacht hat, können Rückschlüsse auf das Vorhandensein einer Translation bzw. deren Beitrag zum Unterhaltungserleben gezogen werden.

Auch die Dehm'sche Itemliste muss für jene Personen, die Gebärdensprache als Muttersprache verwenden, zugänglich gemacht werden. Nachdem diese etwas länger und komplexer formuliert ist als die Fragen zum Unterhaltungsindex, stellt die Adaptierung eine besondere Herausforderung dar. Nach dem Pretest musste aufgrund schwerer Missverständnisse ein Item („hilft mir, mich im Alltag zurechtzufinden“) sogar ausgetauscht werden. Es wurde von einem der ursprünglich gestrichenen Items („fühle mich nicht so alleine“) ersetzt.

Weiters muss berücksichtigt werden, dass mit der Integration der Dehm'schen Itemliste die Länge des Fragebogens und äquivalent dazu die Dauer der Befragung wesentlich zunehmen. Nachdem beim Früh'schen Part zwei Stimuli unterschiedlicher Länge zum Einsatz gelangen, empfiehlt es sich, die Dehm'sche Itemliste nur jenen Gruppen vorzulegen, die den kürzeren Stimulus erhalten. Damit werden zwar nicht alle Untersuchungsteilnehmer/innen erreicht, dennoch sollten genügend Daten(sätze) zusammenkommen, um eine grobe Vorstellung vom TV-Erleben gehörloser Personen (nach Ursula Dehm) zu erhalten. Damit können die Dehm'schen Erlebnisfaktoren einen Beitrag zur Veri- bzw. Falsifizierung von Hypothese Ha leisten. Die restlichen Hypothesen werden mithilfe des Unterhaltungsindex überprüft, weshalb dieser auch im Mittelpunkt der Operationalisierung steht.

7.3) Stichprobenumfang

Über gehörlose Menschen in Österreich gibt es kaum umfassende, repräsentative Daten. Die einzig zulässige Quelle ist die Mikrozensususerhebung der Statistik Austria, die im Rahmen der Zusatzfragen zum Thema „Menschen mit Beeinträchtigung“ den Grad der Schwerhörigkeit erfasst. Bei der letzten Befragung von Oktober 2007 bis Februar 2008 gaben zwei von insgesamt 8195 befragten Personen an, gehörlos zu sein (vgl. Leitner 2008: 1133). Basierend auf diesen Ergebnissen schätzt man, dass ein Promille der Gesamtbevölkerung in Österreich gehörlos ist.

Die Anzahl der Menschen mit dauerhaften Hörschäden ist jedoch viel höher. Rund 2,5% der österreichischen Bevölkerung haben Probleme beim Hören. Frauen sind stärker davon betroffen als Männer. An Taubheit grenzende Hörschäden sind zwar relativ selten, nicht jedoch leichte (0,4%) bis mittelgradige (1,2%) Hörstörungen (vgl. Leitner 2008: 1135).

In Österreich leben also rund 9000 Menschen, die gehörlos sind (vgl. Leitner 2008: 1133). Eine Totalerhebung auf dieser Basis würde den zeitlichen und wirtschaftlichen Rahmen des Forschungsprojekts sprengen. So empfiehlt es sich, mit einer Stichprobe

zu arbeiten. Stefan Althoff nennt unter Bezug auf Jürgen Friedrichs vier Anforderungen für die Wahl einer Stichprobe:

„Die Stichprobe muß ein verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit hinsichtlich der Heterogenität der Elemente und hinsichtlich der Repräsentativität der für die Hypothesenprüfung relevanten Variablen sein. Die Einheiten oder Elemente der Stichprobe müssen definiert sein. Die Grundgesamtheit sollte angebbar und empirisch definierbar sein. Das Auswahlverfahren muss angebbar sein und Forderung (1) erfüllen.“ (Althoff 1993: 28).

Die Grundgesamtheit, das sind gehörlose Erwachsene in Österreich, ist angebbar, empirisch definierbar und lässt sich abbilden. Die zwei Stichprobenelemente (vgl. Cochran 1972: 22) orientieren sich an der österreichischen West- und Ostregion. Die Westregion setzt sich aus den Bundesländern Vorarlberg und Tirol zusammen, die Ostregion aus Wien, Niederösterreich und dem Burgenland.

Das Auswahlverfahren ist ebenfalls angebbar und setzt sich aus einer Kombination von zwei wissenschaftlich anerkannten Methoden zusammen: dem judgement sampling einerseits und der selbstselektiven Auswahl andererseits.

Aufgrund des geringen Anteils gehörloser Menschen an der Gesamtbevölkerung in Österreich ist eine reine Zufallsauswahl nicht sinnvoll. Bei Anwendung dieses Auswahlverfahrens wären nur wenige bis keine Gehörlosen in der daraus resultierenden Stichprobe. Es empfiehlt sich daher, eine bewusste Auswahl zu treffen. Brosius et al. definieren dieses Verfahren wie folgt:

„Bei der bewussten Auswahl werden Merkmalsträger danach ausgewählt, wie ‚brauchbar‘ bzw. wie zentral ihre Untersuchung für die Beantwortung der gewählten Fragestellung ist.“ (Brosius et al. 2008: 83)

Brosius et al. unterscheiden vier Formen der bewussten Auswahl: typische Fälle, Extremfälle, Konzentrationsprinzip und Quotierung (vgl. Brosius et al. 2008: 78). Für die vorliegende Untersuchung ist vor allem das Konzentrationsprinzip relevant, das häufig auch als judgement sampling bezeichnet wird:

„Eine Stichprobe nach dem Konzentrationsprinzip zu ziehen, bedeutet, dass man sich für eine Stichprobenziehung auf den Teil der Grundgesamtheit konzentriert, in dem der überwiegende Teil dieser Elemente vermutet wird.“ (Brosius et al. 2008: 85)

Kennzeichnend für die Kultur der Gehörlosen ist die Organisation in Vereinen. Nur so können sie sich auch in abgelegenen, ländlichen Gebieten untereinander austauschen. Es wird vermutet, dass der überwiegende Teil der Hörgeschädigten in Österreich entweder Mitglied in einem Gehörlosenverein ist bzw. regelmäßig die Angebote eines solchen nutzt. Daher war die Konzentration auf diese Menschen relativ naheliegend. Glücklicherweise erklärten sich sowohl in der Ost- als auch Westregion die jeweils führenden Gehörlosenvereine bereit, an der Studie teilzunehmen.

Althoff sieht den Vorteil des judgement sampling in der planvollen und gezielten Herangehensweise. Der/Die Forscher/in hat die Möglichkeit, nach eigens definierten, forschungsleitenden Kriterien die Proband/innen auszuwählen (vgl. Althoff 1993: 30). In dieser Hinsicht ist das definierte Auswahlkriterium, dass die potenziellen Proband/innen über die Gehörlosenvereine (Gehörlosenbund, Landesgehörlosenvereine, WITAF etc.) erreicht werden.

Ein weiteres entscheidendes Merkmal ist, dass die Teilnahme an der Befragung auf freiwilliger Basis stattfindet – ein Kriterium, das im Sinne der Response/Non-Response-Problematik auf alle Studien zutrifft (vgl. Althoff 1993: 40). Aufgrund der hohen „Bringschuld“ der Untersuchungsteilnehmer/innen spricht man in diesem speziellen Fall auch von einer selbstselektiven Auswahl. Althoff dazu:

„Stichproben durch Selbstselektion zeichnen sich durch die autonome Entscheidung von Seiten der Probanden aus, ob diese an einer Untersuchung teilnehmen oder nicht, ohne dass sie direkt von einem Durchführenden einer Untersuchung (z.B. einem Interviewer oder Kontakter) angesprochen werden.“
(Althoff 1993: 40)

So wurden in den Gehörlosenvereinen alle zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle (Schwarzes Brett, Internetseiten etc.) genutzt, um die potenziellen Proband/innen auf die Untersuchung und den nächsten Befragungstermin aufmerksam zu machen. Die vier Bedingungen für eine Stichprobe werden damit erfüllt.

Die Bestimmung des Stichprobenumfangs ist kein leichtes Unterfangen. Die Formeln zur Berechnung unterscheiden sich je nach Auswahlverfahren. Die Bekannteste bezieht sich dabei auf die einfache Zufallsstichprobe, die im Rahmen dieser Studie nicht zum Einsatz gelangt. Für eine selbstselektive Auswahl bzw. ein judgement sampling finden sich in der Literatur keine passenden Formeln. William Cochran schreibt dazu:

„Nicht immer kann der notwendige Stichprobenumfang zufriedenstellend bestimmt werden. Häufig gibt es nicht genug Informationen, um den günstigsten Stichprobenumfang zu bestimmen.“ (Cochran 1972: 92)

Daher wird die Stichprobe auf ein Minimum von 30 Proband/innen gesetzt, wobei die Grenze nach oben offen ist. Je mehr Personen an der Studie teilnehmen, desto leichter lassen sich die Ergebnisse auf die Grundgesamtheit beziehen.

Die Proband/innen kommen also an einem speziellen Termin, zu einem vereinbarten Ort (Vereinslokal, Kino etc.) in Gruppen zusammen und beantworten mithilfe eines staatlich beeideten Dolmetschers bzw. einer staatlich beeideten Dolmetscherin den adaptierten Fragebogen.

7.4) Untersuchungsdesign

Nachdem ein kausaler Zusammenhang zwischen der Form der Tonsubstitution und der Ausprägung des audiovisuell vermittelten Unterhaltungserlebens gehörloser Personen vermutet wird, bietet sich zur Veri- bzw. Falsifizierung der Hypothesen ein experimentelles Untersuchungsdesign an. Brosius et al. beschäftigen sich recht intensiv mit dem Einsatz des Experiments in der Kommunikationswissenschaft und gelangen dabei zu folgender Definition:

„Ein wissenschaftliches Experiment untersucht den Einfluss einer unabhängigen Variablen [...] auf zu messende abhängige Variablen [...].“ (Brosius et al. 2008: 209)

Die zu messende abhängige Variable ist im Rahmen dieser Arbeit das Unterhaltungserleben der Proband/innen. Es wird mithilfe des Unterhaltungsindex (UIX) nach Früh et al. berechnet. Die unabhängige Variable bildet der Stimulus, der in drei Variationen getestet wird: mit Ton, mit Untertiteln und mit Gebärdenspracheinblendungen. Untersucht wird dabei, welche Auswirkungen die Manipulation des Stimulus auf das Unterhaltungserleben der Proband/innen hat.

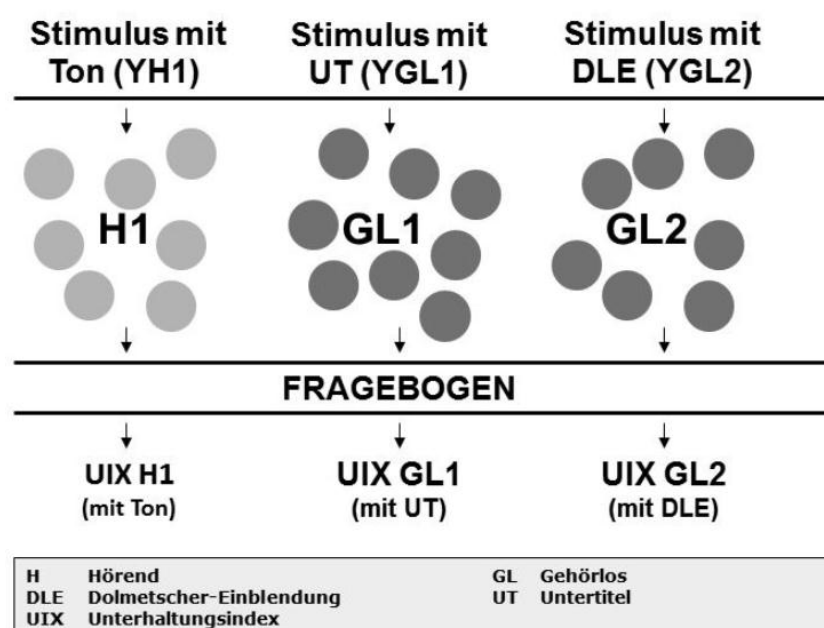
Abhängige Variable:	UIX	Unterhaltungsindex
Unabhängige Variable:	YH1	Stimulus mit Ton
Unabhängige Variable:	YGL1	Stimulus mit Untertitel
Unabhängige Variable:	YGL2	Stimulus mit Gebärdenspracheinblendung

Das Experiment ist jedoch streng genommen keine Methode der Datenerhebung, sondern ein spezielles Untersuchungsdesign, in dessen Mittelpunkt der Vergleich

steht (z.B. Vergleich der Ergebnisse von zwei Versuchsgruppen). Erhoben werden die Daten meistens mittels Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse etc. So auch im Fall dieser Untersuchung: Die Daten werden postrezeptiv im Rahmen einer schriftlichen Befragung erhoben.

Analog zu den drei unabhängigen Variablen werden drei Versuchsgruppen eingesetzt: eine hörende und zwei gehörlose Gruppen. Die hörende Gruppe (H1) wird dem Stimulus mit Ton (YH1) ausgesetzt, sie fungiert als Kontrollgruppe. Unter den gehörlosen Proband/innen erhält eine Gruppe (GL1) den Stimulus mit Untertitel (YGL1) und eine (GL2) den mit Dolmetsch-Einblendungen (YGL2).

Abb. 22 Experimentelles Untersuchungsdesign



7.4.1) Ausschaltung von Störvariablen

In den meisten Experimenten gibt es intervenierende Drittvariablen, welche die Identifikation eines kausalen Zusammenhangs zwischen der abhängigen und der unabhängigen Variable erschweren. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von Störvariablen (vgl. Brosius et al. 2008: 49f):

„Störvariablen sind all jene Einflussfaktoren, die die abhängige Variable ebenfalls beeinflussen und im Ablauf eines Experiments unkontrolliert auftreten.“ (Brosius et al. 2008: 49)

Im Vorfeld der Untersuchung wurden fünf Störvariablen identifiziert: 1) persönliche Präferenzen in Bezug auf audiovisuelle Produkte, 2) Qualität der Tonsubstitution, 3) Länge des Stimulus resp. Dauer des Treatments, 4) Möglichkeit des Lippenlesens und

5) Schriftsprachkompetenz der Proband/innen. Alle diese Variablen können das Unterhaltungserleben der gehörlosen Untersuchungsteilnehmer/innen beeinflussen bzw. sich negativ auf das Ergebnis der Untersuchung auswirken. So wurde, wie von Brosius et al. empfohlen, der Versuch unternommen, ihre Wirkung zu neutralisieren bzw. aktiv in die Untersuchung einzubeziehen (vgl. Brosius et al. 2008: 49).

1) Um möglichst den Geschmack der Proband/innen zu treffen, wurde die Untersuchung auf zwei Stimuli ausgeweitet. Stimulus 1 ist ein Spielfilm, Stimulus 2 eine Krimiserie. Beide Kategorien erfreuen sich sehr hoher Beliebtheit unter den Gehörlosen (vgl. Hagn 2006: 136).

Der ausgewählte Spielfilm (Stimulus 1) wurde 2007 von dem österreichischen Regisseur und Drehbuchautor Stefan Ruzowitzky inszeniert und handelt von dem größten Geldfälscherprogramm des Dritten Reichs. Im Jahr 2008 gewann der Streifen einen Oscar in der Kategorie „Bester fremdsprachiger Film“ und verhalf dem österreichischen Film damit zu einem ungeahnten Höhenflug. Aufgrund der Popularität des Stimulus sowie der österreichischen Herkunft wurde angenommen, dass er auch für das gehörlose Publikum von besonderem Interesse sein könnte.

Die ausgewählte Krimiserie (Stimulus 2) gehört zu den erfolgreichsten US-amerikanischen Fernsehserien am Markt. Sie wird in Miami gedreht und verläuft stets nach demselben Muster: Eine polizeiliche Spezialeinheit deckt ein oder mehrere Verbrechen dank hochmoderner Beweis- und Spurensicherung auf und verhilft den Opfern so zu mehr Gerechtigkeit. In Hagns Untersuchung geben 70% der gehörlosen Proband/innen an, dass ihnen diese Serie, die vom ORF in einer Untertitelten Version angeboten wird, wichtig ist (vgl. Hagn 2006: 137). Auch beim hörenden Publikum erreicht sie auffällig hohe Einschaltquoten. Es scheint sich also um eine Serie zu handeln, die vom Publikum – egal ob hörend oder gehörlos – gern gesehen wird.

2) Einer der wichtigsten Faktoren im Hinblick auf das Unterhaltungserleben gehörloser Personen bildet die Qualität der Tonsubstitution. Schlechte Untertitel oder Einblendungen mindern das Unterhaltungserleben. Daher müssen bei der Produktion gewisse Standards eingehalten werden (vgl. Kap. 5). In der Realität stehen diese Standards oft im Widerspruch zur Wirtschaftlichkeit der Produktion. Bei der zentroidalen Translation werden sie daher meistens auf ein Minimum reduziert.

Um ein möglichst realitätsnahes Abbild des Unterhaltungserlebens gehörloser Personen zu bekommen, wurde die Qualität der Tonsubstitution den realpolitischen Gegebenheiten angepasst. Das bedeutet, dass die Untertitelten Versionen der Stimuli jenen entsprechen, die im Handel erhältlich sind (via DVD) bzw. vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk ausgestrahlt werden. Sie wurden nicht eigens für die

vorliegende Untersuchung erstellt, sondern waren bereits im Vorfeld verfügbar. Der Spielfilm mit den Untertiteln für Gehörlose wurde bei einem Elektrowarenhändler erstanden. Die untertitelte Version der Krimiserie wurde freundlicherweise vom ORF zur Verfügung gestellt.

Etwas anders stellte sich die Situation im Hinblick auf die verdolmetschten Versionen dar. Weder der Spielfilm noch die Krimiserie sind im Handel oder über die Rundfunkanstalten in Gebärdensprache erhältlich. Sie mussten also eigens für die Studie produziert werden. Stimulus 1 wurde im Rahmen eines groß angelegten Projektes von dem österreichischen Unternehmen SignTime TV übersetzt. Damit hat sich der kleine Betrieb auf Neuland begeben. Noch nie wurde ein Spiel- bzw. Kinofilm in seiner Gesamtlänge in Gebärdensprache zugänglich gemacht. Um die Translation optimal zu gestalten, hat SignTime TV zahlreiche kleine Untersuchungen durchgeführt – mit Erfolg. Das Endergebnis zählt zu den hochwertigsten Translationen weltweit.

Stimulus 2 wurde von der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt ORF aufbereitet. Da der ORF täglich eine Nachrichtensendung in Gebärdensprache übersetzt, verfügt er über die technischen und personellen Ressourcen, um eine derartige Produktion zu verwirklichen. Allerdings konnte der ORF auf keinerlei Erfahrung zurückgreifen, was die Translation von Unterhaltungsformaten betrifft. So wurde die Krimiserie unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Faktoren und nach ähnlichen Maßgaben wie die täglichen Nachrichtenformate übersetzt.

Somit unterscheiden sich die zentroidalen Translationsansätze der beiden Stimuli wesentlich. Stimulus 1 sticht durch eine qualitativ besonders hochwertige Translation hervor. Stimulus 2 kann diese Qualität nicht bieten, entspricht jedoch eher den realpolitischen und finanziellen Gegebenheiten der öffentlichen Rundfunkanstalten. Ob dieser Qualitätsanspruch ausreicht, um einen gleichwertigen Zugang zu audiovisuellen Produkten zu schaffen, ist unklar. Sollten die Ergebnisse der beiden Stimuli auseinanderklaffen, so könnte dies auf die Qualität der zentroidalen Translation zurückzuführen sein.

3) Die Dauer des Treatments ist im Wesentlichen von einem Punkt abhängig: vom Involvement. Um Unterhaltung erleben zu können, muss sich der/die Rezipient/in auf das Geschehen einlassen. Er/Sie muss in die fiktive Filmwelt eintauchen und den Alltag hinter sich lassen. Das funktioniert jedoch nicht auf Anhieb, sondern benötigt Zeit.

Der Zeitfaktor ist jedoch im Hinblick auf die Rekrutierung von freiwilligen Proband/innen eine heikle Angelegenheit. Daher wurden zwei unterschiedliche Zeitmodelle ausgewählt: Stimulus 1 wurde in voller Länge vorgeführt. Das bedeutet,

dass die Proband/innen alle Phasen des Spannungsbogens rezipieren. Aufgrund des relativ dramatischen Inhalts des Spielfilms wurde es für notwendig erachtet, dem Zuschauer die Möglichkeit einzuräumen, den emotional befreienden Ausklang mitzerleben. Eine Beendigung des Treatments vor Filmschluss hätte sich aufgrund des schweren Inhalts negativ auf die Valenz der Rezeption auswirken können.

Die Krimiserie hingegen kann als „leichte Kost“ beschrieben werden, weshalb eine vollständige Rezeption nicht notwendig ist. Der Spannungsbogen ist so aufgebaut, dass der Zuschauer bereits vor der ersten, potenziellen Werbepause (ca. 10-15 Minuten nach Beginn) derart vom Inhalt gefesselt ist, dass er trotz der Unterbrechung nicht umschaltet. Die Dauer des Treatments wurde daher auf rund sieben Minuten beschränkt. Es handelt sich um die ersten sieben Minuten der Serie, weshalb sowohl der Trailer als auch das Intro enthalten sind. Während der Trailer als Auftakt fungiert, dient das Intro der Wiedererkennung und Auslösung gewisser Erwartungen. In Folge werden die Rahmenbedingungen der Handlung erläutert und die Beweise erstmals in Zusammenhang gebracht – die Serie erreicht das Stadium der Vernetzung. In dieser Phase steigt die Spannung rasant an. Der Zuschauer hat sich in der Regel schon auf das Geschehen eingelassen, womit eine der Hauptvoraussetzungen für das Erleben von Unterhaltung gegeben ist. In diesem Augenblick wird das Treatment beendet und das Ausmaß des Unterhaltungserlebens gemessen.

Durch die beschriebene Vorgehensweise variiert die Dauer der Treatments zwischen Stimulus 1 und Stimulus 2 wesentlich. Dies erleichtert die Rekrutierung von Proband/innen – vor allem für die Rezeption von Stimulus 2. Dennoch kann sichergestellt werden, dass die Zuschauer bei beiden Stimuli Involvement erleben und am Schluss des jeweiligen Treatments ein gutes Gefühl haben.

4) Auch das Lippenlesen wurde als intervenierende Variable deklariert, obwohl sie im Rahmen der Rezeption audiovisueller Produkte fast vernachlässigbar ist. Manche Gehörlose besitzen die erstaunliche Fähigkeit, von den Lippenbewegungen auf das gesprochene Wort schließen zu können. In der Fachliteratur wird häufig betont, dass lediglich ein Drittel des Gesagten auf diese Weise erfasst werden kann. Der Rest wird logisch ergänzt bzw. aus dem Zusammenhang abgeleitet.

Voraussetzung für das sogenannte Lippenlesen ist, dass der/die Gehörlose freie Sicht auf den Mund seines Kommunikationspartners hat. Ebenfalls entscheidend ist die Perspektive: Je frontaler der Blickwinkel, desto leichter können die Mundbewegungen verfolgt werden. Auch die Distanz zum jeweiligen Gegenüber spielt eine wichtige Rolle. Aus 30 Meter Entfernung ist der Mund viel zu klein, um die diffizilen Bewegungen beim Sprechen differenzieren zu können.

Im Film sind es genau diese Dinge, die das Lippenlesen fast unmöglich machen. Häufig hat der Zuschauer keine freie Sicht auf den Hauptdarsteller. Weiters richtet sich die Perspektive oft nach der Handlung und nicht nach dem gesprochenen Wort. Eine Ausnahme bilden dabei direkte Dialoge, wobei auch hier verschiedene Einstellungen möglich sind. Erschwerend kommt hinzu, dass bei den meisten Einstellungen (z.B. Halbtotale, Amerikanische oder Totale) das Gesicht und somit der Mund zu klein erscheinen, um von den Lippen ablesen zu können.

Dennoch wäre es möglich, dass sich einige der gehörlosen Proband/innen bei einzelnen Szenen dieser Methode bedienen. Wenn den Proband/innen das Lippenlesen leichter fällt als z.B. das Untertitellesen, kann sich das positiv auf das Unterhaltungserleben auswirken. Wenn sie das Lippenlesen jedoch als anstrengender empfinden und es aufgrund des starken visuellen Reizes nicht abstellen können, kann das negative Folgen für das Unterhaltungserleben haben.

Vor allem bei der Rezeption von Stimulus 1 kann dieses Problem auftreten. Die Originalsprache des Spielfilms ist Deutsch. Demnach besteht die Möglichkeit, dass einige der gehörlosen Proband/innen den Inhalt einzelner Szenen über das Lippenlesen rekonstruieren. Bei Stimulus 2, der Krimiserie, ist dies nicht möglich, da die Originalsprache Englisch ist. Das englische Mundbild unterscheidet sich grundlegend von dem der deutschen Sprache. Somit können die Dialoge mittels Lippenlesens nicht entschlüsselt werden.

5) Die letzte intervenierende Variable, die Schriftsprachkompetenz der Proband/innen, bezieht sich im Gegensatz zu den bisher Genannten nicht auf das Treatment bzw. das Experiment selbst, sondern auf die Methode.

Die Daten werden schriftlich mittels postrezeptiver Befragung erhoben. Die Muttersprache eines Großteils der Untersuchungsteilnehmer/innen ist jedoch weder Deutsch noch eine Schriftsprache. Das bedeutet, dass eine doppelte Sprachbarriere besteht, die im Vorfeld der empirischen Untersuchung überwunden werden muss. Dazu wurden zwei spezielle Maßnahmen gesetzt.

Der Originalfragebogen (Deutsch, schriftlich) wurde erstens derart umgestaltet, dass er für die gebärdende Sprachminderheit leicht verständlich war. Ein fünfköpfiges (gehörloses) Expert/innen-Team um das Wiener Qualifikationszentrum Equalizent nahm sich im Herbst 2010 dieser Aufgabe an. Heraus kam ein bündiges Schriftstück, dessen Sätze in Aufbau, Grammatik und Vokabular der Gebärdensprache stark angeglichen waren.

Zweitens wurde bei jedem Erhebungstermin der gesamte Fragebogen (inkl. Antwortmöglichkeiten) von einem/einer beeideten Dolmetscher/in in Gebärdensprache vorgebracht. Je nach Setting wurde er dabei an die Wand projiziert

und schrittweise durchgearbeitet oder persönlich besprochen. Die Proband/innen konnten frei wählen, ob sie den Fragebogen alleine oder mit Unterstützung des/der Dolmetscher/in bzw. der gebärdensprachkompetenten Untersuchungsleiterin ausfüllen wollten. Auf diese Weise konnte die doppelte Sprachbarriere auf ein annehmbares Ausmaß reduziert werden.

7.4.2) Stimuli und Tonsubstitution

Zusammengefasst lassen sich die beiden Stimuli wie folgt charakterisieren:

Stimulus 1: österreichischer Spielfilm

Dauer der Vorführung: ca. 98 min (= Dauer des Treatments)

Originalsprache: Deutsch

Erscheinungsjahr: 2007

Untertitel: deutsche UT für Gehörlose (via DVD)

Zentroidale Translation: SignTime TV 2010

Stimulus 2: amerikanische Krimiserie

Dauer der Vorführung: ca. 7 min. (=Dauer des Treatment)

Originalsprache: Englisch; vorgeführt in der deutschen Synchronversion

Erscheinungsjahr: 2010

Untertitel: deutsche UT für Gehörlose (produziert in der Schweiz)

Zentroidale Translation: ORF Humanitarian Broadcasting 2010

Die Tonsubstitution der beiden unterscheidet sich vor allem hinsichtlich der zentroidalen Translation. Stimulus 1 wurde von einem Unternehmen verdolmetscht, das sich in den vergangenen Jahren auf derartige Translationen spezialisiert hat. Das Ergebnis weist folgende Merkmale auf:

1) Vor der Kamera arbeiten nur Gehörlose, keine Dolmetscher/innen.

Die Filmdialoge wurden von sogenannten gehörlosen „Synchronsprecher/innen“ gemeinsam mit einem kleinen Dolmetsch-Team erarbeitet und in Form von Glossen verschriftlicht. Diese dienten den gehörlosen „Synchronsprecher/innen“ in Folge als Vorlage für die Verdolmetschung.

2) Zur Wiedererkennung der Charaktere werden Farben eingesetzt.

Der gesamte Spielfilm wurde lediglich von zwei gehörlosen „Synchronsprecher/innen“ verdolmetscht. Ihre Einblendung erfolgte entweder am linken oder am rechten unteren Bildrand. Um leichter erkennen zu können, welchen Charakter sie gerade

darstellen, wurden die Einblendungen farblich hinterlegt. Die Zuordnung der Charaktere zu den jeweiligen Farben erfolgte im Intro.

3) Die Charaktere werden von einem/einer gleichgeschlechtlichen Synchronsprecher/in verdolmetscht. Das bedeutet, die männlichen Charaktere werden von einem Mann und die weiblichen von einer Frau synchronisiert.

Die zentroidale Translation von Stimulus 2 stammt vom Österreichischen Rundfunk (ORF). Analog zum Schwerpunkt des Unternehmens weist diese Produktion auch andere Merkmale auf:

1) Vor der Kamera arbeiten hörende Dolmetscher/innen.

Der ORF ist mit über 3150 Mitarbeiter/innen das größte Medienunternehmen in Österreich (vgl. ORF Jahresbericht 2010). Um bei der Produktion von Sendungen für gehörlose bzw. hörgeschädigte Menschen einen möglichst reibungslosen Ablauf zu garantieren, werden gezielt hörende Dolmetscher/innen eingesetzt.

2) Die Verdolmetschung erfolgt simultan.

Neben der mehrfachen Sprachkompetenz bieten die Dolmetscher/innen einen weiteren Vorteil: Sie können Texte simultan übersetzen, wodurch ein aufwendiger Arbeitsschritt – nämlich die Verschriftlichung des Textes – nicht mehr vonnöten ist.

3) Die Wiedererkennung der Charaktere erfolgt auf Basis der Synchronität von Bild und Translation. Demnach versuchen die Dolmetscher/innen, das Gesagte möglichst rasch in die Gebärdensprache zu übersetzen. Das Ziel ist, dass die Zuschauer erkennen können, wer diesen Inhalt von sich gibt. Eine vollständige Synchronität kann jedoch nicht gewährleistet werden, da die Dolmetscher/innen in einem ersten Schritt hören müssen, was sie in einem zweiten Schritt übersetzen. Demnach bilden Verzögerungen ein systemimmanentes Problem. Je nach Ausmaß können sie dazu führen, dass nicht mehr nachvollziehbar ist, wer was gesagt hat. Das würde die Rezeption und damit auch das Unterhaltungserleben massiv beeinträchtigen.

4) Die Rollen werden nicht nach Geschlecht, sondern nach Charakteren aufgeteilt.

Im Fall der amerikanischen Krimiserie bedeutet dies, dass einem/einer Dolmetscher/in alle Polizisten/innen, einem/einer anderen alle Verdächtigen zugedacht sind. Der Text sämtlicher Polizisten/innen wird demnach von einer Person übersetzt – unabhängig von Alter, Geschlecht und Aussehen der Schauspieler. Dasselbe trifft auch auf die Rolle der Verdächtigen zu.

7.4.3) Fragebogen

Der Kern des Fragebogens besteht aus den Fragen des Unterhaltungsindex von Werner Früh und Pascal Klopp sowie den demografischen Daten. Aufgrund der Kürze

des Treatments bei Stimulus 2 wurde der Fragebogen für diese Gruppen um die Itemliste von Dehm und Storll erweitert (vgl. Kap. 7.2.4). Dabei handelt es sich um einige allgemeine Fragen zum Film- und Fernsehverhalten. Die zusätzlichen Fragen wurden jedoch vor dem Treatment behandelt, sodass die Kernfragen sowohl bei Stimulus 1 als auch bei Stimulus 2 in derselben Reihenfolge postrezeptiv beantwortet werden konnten.

Es gelangen also zwei Fragebögen zum Einsatz, die im Folgenden als Kurz- und Langversion bezeichnet werden. Die Kurzversion besteht aus zehn, die Langversion aus 17 Fragen. Beide sind von einem gehörlosen Expertenteam derart aufbereitet worden, damit sie für die gehörlose Sprachminderheit leichter rezipierbar sind (vgl. Kap. 7.4.1). Dabei wurde der in der Wissenschaft übliche Honorativ in die vertrauliche Ausdrucksform umgewandelt, mit der Begründung, dass es in der Gebärdensprache keine Sie- sondern nur eine Du-Form gebe. Um Irritationen zu vermeiden, wurde den Kontrollgruppen eine nicht adaptierte Version des jeweiligen Fragebogens ausgehändigt. Da die Kontrollgruppen hörend sind, rezipieren sie die Stimuli mit deutschem Ton. Daher fallen die Fragen zur Qualität der Untertitel bzw. Translation weg. Das bedeutet, dass der Fragebogen der Kontrollgruppen jeweils eine Fragebatterie weniger aufweist.

Bis auf eine Ausnahme (Langversion Frage 5: An welche Sendungen haben Sie gedacht? Nennen Sie ein Beispiel!) bestehen beide Bögen aus geschlossenen Fragen bzw. Fragebatterien, die mittels Likert-Skala beantwortet werden. Weiters beginnen beide mit einer Eisbrecherfrage, um den Einstieg zu erleichtern. Bei der Langversion wird der/die Proband/in gefragt, ob er/sie gerne fern sieht, bei der Kurzversion, ob ihm/ihr der Film gefallen hat.

7.4.4) Rekrutierung und Setting

Die Rekrutierung gehörloser Proband/innen war schwieriger, als anfangs erwartet. In den vergangenen fünf Jahren haben die Gehörlosen als Untersuchungsobjekt verschiedenster Seminar- und Diplomarbeiten einen wahren Boom erlebt. Eine Befragung nach der anderen fand statt, stets ohne Ergebnis und Folgen für die Gemeinschaft der Gehörlosen. Daher hat sich bei vielen potenziellen Teilnehmer/innen eine Art Sättigungsgefühl eingestellt, das sich in offenkundigem Desinteresse äußert. Weiters schrecken viele mögliche Proband/innen vor schriftlichen Befragungen zurück, da sie Angst vor Verständnisschwierigkeiten haben. Nachdem die Auswahl der Proband/innen nach dem selbstselektiven Prinzip erfolgte, galt es, die Teilnahme möglichst attraktiv zu gestalten. Im Hinblick auf Stimulus 1 stellte dies kein sonderlich großes Problem dar. Nachdem der Spielfilm in seiner Gesamtlänge vorgeführt wurde, konnte die Erhebung als Film- bzw. Kinoabend mit

anschließender Befragung vermarktet werden. In Vorarlberg gab es zusätzlich Popcorn gratis. Bei einem der drei Termine in Wien wurden die Teilnehmer/innen (Gruppe GL1) mit einer Aufwandsentschädigung von EUR 20,- attraktiviert. Ansonsten fungierte der kostenlose Eintritt als Lockmittel.

Ein wenig anders gestaltete sich die Situation in Bezug auf Stimulus 2. Nachdem bei diesen Erhebungen nur eine kurze Filmsequenz gezeigt wurde und die Befragung aufgrund der Integration der Dehm'schen Itemliste wesentlich länger dauerte als bei Stimulus 1, kam eine Vermarktung als Filmabend nicht infrage. Aus diesem Grund wurde die Erhebung schlichtweg als das verkauft, was sie ist: eine Befragung im Rahmen einer Studie der Universität Wien. Den Teilnehmer/innen wurde jedoch als Dankeschön eine kleine Überraschung versprochen. Diese bestand aus einem Säckchen Mozarttaler, die freundlicherweise die Firma Kraft Foods zur Verfügung stellte. Weiters wurde nach jeder dieser Erhebungen ein kaltes Buffet eröffnet, das teilweise von der Firma Ströck Brot gesponsert wurde.

Die Informationen erhielten die Teilnehmer/innen über die Kommunikationskanäle

- der Gehörlosenvereine WITAF (Wiener Taubstummten-Fürsorgeverband), Equalizent und VGT (Vorarlberger Gehörlosen Treff),
- der SignTime GmbH und
- der gemeinnützigen Privatstiftung LZH (Vorarlberger Landeszentrum für Hörgeschädigte).

Die Erhebungstermine konnten über das Internet, diverse Newsletter, Plakate und Flugblätter in Erfahrung gebracht werden. Weiters wurden sie im Rahmen von zielgruppenspezifischen Veranstaltungen angekündigt und per Mailinglisten verbreitet. Nicht zu vernachlässigen ist die Mund- bzw. Handpropaganda, die dieses Projekt erfahren hat. Wahrscheinlich sind dieser Verbreitungsform die meisten gehörlosen Proband/innen zu verdanken.

Das Setting wurde von zwei Faktoren bestimmt: den räumlichen und den technischen Anforderungen. Der Raum musste bei Kinobestuhlung Platz für mindestens 30 Personen bieten. Weiters war es von Vorteil, wenn er abgedunkelt werden konnte. Um die Stimuli vorführen zu können, mussten folgende technische Vorrichtungen vorhanden sein: ein DVD-Player, ein Beamer, ein Mischpult und Boxen (v.a. für die Kontrollgruppen).

Die meisten Gehörlosenvereine verfügen über einen solchen Raum, da sie selber Kinoabende oder sonstige Veranstaltungen für ihre Mitglieder anbieten. So konnte

auf diese Infrastruktur zurückgegriffen werden. Die gehörlosen Proband/innen befanden sich dadurch in einer sicheren, gewohnten Umgebung.

In Wien wurde für die Vorführung von Stimulus 1 eine weitere Räumlichkeit herangezogen: das Filmhaus Kino in der Spittelberggasse. Dabei handelt es sich um ein kleines Alternativkino mit einem Vorführraum für ca. 100 Personen. Obwohl diese Räumlichkeit nicht als vertraute Umgebung der Gehörlosen bezeichnet werden kann, wurde sie als reizvoll empfunden. Dies liegt daran, dass Filme im Kino nur selten für Gehörlose zugänglich gemacht werden. Meistens warten die Interessierten ab, bis der Film auf DVD erscheint, und hoffen, darauf eine Untertitelte Version zu finden.

Eine der drei Kontrollgruppen wurde auf das Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien geführt. Die freiwilligen Proband/innen setzten sich aus den Teilnehmer/innen eines Seminars zusammen und wurden bereits zwei Wochen vor dem Termin über die Befragung informiert. Stattgefunden hat die Erhebung im Vorlesungssaal 1 des Instituts. Den Student/innen war dieser Raum mit all seinem technischen Equipment durchaus vertraut. Im Anschluss an die Erhebung wurden die interessierten Kolleginnen und Kollegen über die Studie und die methodische Vorgehensweise aufgeklärt.

7.4.5) Kontrollgruppen

Um das Unterhaltungserleben gehörloser Personen bewerten zu können, braucht es eine Vergleichsmöglichkeit mit hörenden Rezipient/innen. Aus diesem Grund wurde mit Kontrollgruppen gearbeitet.

Insgesamt wurden drei Kontrollgruppen mit jeweils ca. 30 Personen geführt: zwei mit Stimulus 1 und eine mit Stimulus 2. Während die Auswahl der hörenden Proband/innen bei den Erhebungen zu Stimulus 1 nach denselben Kriterien (judgement sampling, Selbstselektion) erfolgte wie bei den Gehörlosen, wurde bei Stimulus 2 auf eine Gruppe von Studierenden zurückgegriffen (vgl. Kap. 7.4.4).

Die Kontrollgruppen erhielten die Stimuli nur mit Ton, also ohne Untertitel bzw. Gebärdenspracheinblendungen. Dementsprechend wurden ihnen auch keine Fragen zur Qualität der Untertitel bzw. der Gebärdenspracheinblendungen gestellt. Weiters erhielten sie die Fragebögen in der nicht adaptierten, rein deutschen Version. Die einzelnen Fragen waren ansonsten identisch mit jenen der Experimentalgruppen.

Mithilfe der Kontrollgruppen soll verhindert werden, dass aufgrund eines schlecht ausgewählten Stimulus ein niedriger Wert für das Unterhaltungserleben gehörloser Personen ermittelt wird. Erst im Vergleich mit den Ergebnissen der Kontrollgruppen kann ein verlässlicher Wert für das Unterhaltungserleben gehörloser Rezipient/innen bzw. der Unterschied zwischen Hörenden und Gehörlosen errechnet werden.

7.5) Datenerhebung

Die Datenerhebung erfolgte von Dezember 2010 bis Februar 2011 in Form von drei Experimentalreihen. Zwei davon fanden in Wien statt und eine in Vorarlberg. Jede dieser Reihen bestand aus einer Kontroll- und zwei Experimentalgruppen. Einer Experimentalgruppe wurden die Stimuli mit Untertitel, der anderen die mit Dolmetsch-Einblendungen gezeigt. Die Kontrollgruppe hingegen rezipierte den Stimulus mit Ton.

Zuvor wurde jedoch ein Pretest durchgeführt, um die Qualität des adaptierten Fragebogens abschätzen und ggf. verbessern zu können. Dabei gelangte Stimulus 2 zum Einsatz, da er von den Proband/innen weniger Zeit abverlangte. Die nicht adaptierte Version des Fragebogens wurde mit der Bitte um fachliches Feedback einem Dozenten der „Faculty of Language and Literature, Humanities, Arts and Education“ der Universität Luxemburg vorgelegt.

Mithilfe dieser Maßnahmen konnten die problematischen Fragmente des Fragebogens erkannt und überarbeitet werden.

7.5.1) Pretest

Gehörlose stellen keine homogene Gruppe dar, weshalb der Versuch unternommen wurde, den Fragebogen am schwächsten Glied der Kette auszurichten. Dazu zählen ältere Personen und Kinder. Da sich das Unterhaltungserleben von Kindern (< 14 Jahre) gänzlich von dem Erwachsener (> 14 Jahre) unterscheidet, wurden diese von der Studie ausgeschlossen. Demgemäß lag der Fokus beim Pretest auf gehörlosen, älteren Personen. Freundlicherweise haben sich die Mitglieder des Pensionistenklubs „Brüderlichkeit“ des WITAF dazu bereit erklärt, am Pretest teilzunehmen. Der Altersdurchschnitt der Teilnehmer/innen lag infolgedessen bei 70,6 Jahren. Ein Viertel der Proband/innen war sogar älter als 77 Jahre.

Der Pretest fand am 29.11.2010 in den Räumlichkeiten des WITAF statt. Insgesamt konnten 36 freiwillige Proband/innen dafür rekrutiert werden, 31 davon waren gehörlos bzw. hochgradig schwerhörig, weitere fünf gaben an, spät ertaubt zu sein.

Insgesamt haben sich 27 Frauen und 9 Männer dem Pretest unterzogen. Statistisch gesehen erklärt sich ein Teil des Frauenüberhangs aus der längeren Lebenserwartung. In diese Berechnungen fließen jedoch stets die männlichen Verluste während des 2. Weltkriegs ein. Die gehörlose Population in Österreich wurde von den Nationalsozialisten als behindert und somit als minderwertig deklariert. Viele Betroffene landeten in Folge im Konzentrationslager oder wurden Opfer sonstiger Grausamkeiten (Zwangssterilisation, Menschenversuche etc.). Dabei wurde zwischen den Geschlechtern wenig Unterschied gemacht. Die Lebenserwartung der älteren

gehörlosen Männer und Frauen (> 80 Jahre) dürfte daher weniger weit auseinanderklaffen als bei hörenden.

Beim Pretest umfasste der Fragebogen 29 Fragen und war acht Seiten lang. Fünf dieser Fragen hatten nichts mit dem Thema der vorliegenden Arbeit zu tun, sondern wurden im Sinne einer Omnibusumfrage in die Erhebung integriert. Sie zielten auf die Bewertung eines gebärdenden Avatars ab, der im besonderen Interesse von einem der Kooperationspartner lag. Demnach sind diese fünf Fragen nicht als Teil der vorliegenden Studie zu werten.

Zur Überwindung der Sprachbarriere wurde eine staatlich beeidete Dolmetscherin herangezogen. Gemeinsam mit der Untersuchungsleiterin, die ebenfalls über Gebärdensprachkompetenzen verfügt, wurde der Fragebogen schrittweise durchgearbeitet. Zusätzlich wurde er an die Wand projiziert. Damit sollte den Teilnehmer/innen die Orientierung erleichtert werden. Die Proband/innen hatten überdies jederzeit die Möglichkeit, Fragen zu stellen.

Im Anschluss an die Befragung wurde ein kleines Buffet (teilweise gesponsert von der Firma Ströck Brot GmbH) eröffnet und jeder/jede Teilnehmer/in erhielt eine süße Überraschung (gesponsert von der Firma Kraft Foods).

Der Pretest hat gezeigt, dass der Fragebogen einerseits zu lang und andererseits trotz der Adaptierung durch ein gehörloses Expertenkomitee zu komplex gestaltet war. Weiters hat sich die einzige offene Frage als inhaltliche Falle erwiesen. In Folge wurde der Fragebogen drastisch verkürzt und weiter vereinfacht.

7.5.2) Haupttests

Von den drei Experimentalreihen wurden zwei mit dem Spielfilm (Stimulus 1) und eine mit der Krimiserie (Stimulus 2) durchgeführt. Eine der beiden Spielfilm-Reihen fand in Dornbirn (Vorarlberg) statt, die andere in Wien, wo auch jene mit der Krimiserie durchgeführt wurde.

Experimentalreihe A

Stimulus: 1 Spielfilm

Ort: Wien

Haupttest DLE: 01.12.2010
 Filmhaus Kino
 30 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen
 12 hörende Teilnehmer/innen
 3 Teilnehmer/innen ohne Angabe des Hörstatus

Haupttest UT: 30.01.2011
 Filmhaus Kino

Kontrollgruppe: 18 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen
20.02.2011
Filmhaus Kino
21 hörende Teilnehmer/innen

Experimentalreihe B

Stimulus: 1 Spielfilm

Ort: Dornbirn, Vorarlberg

Haupttest DLE: 12.02.2011
Vorarlberger Landeszentrum für Hörgeschädigte (LZH)
17 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen
Haupttest UT: 12.02.2011
Vorarlberger Landeszentrum für Hörgeschädigte (LZH)
22 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen
1 hörende/r Teilnehmer/in
Kontrollgruppe: 11.02.2011
Vorarlberger Landeszentrum für Hörgeschädigte (LZH)
28 hörende Teilnehmer/innen
1 hörbeeinträchtigte/r Teilnehmer/in

Experimentalreihe C

Stimulus: 2 Krimiserie

Ort: Wien

Haupttest DLE: 04.02.2011
Wiener Taubstummten- Fürsorgeverband (WITAF)
13 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen
1 hörende/r Teilnehmer/in
Haupttest UT: 15.12.2010
Wiener Taubstummten- Fürsorgeverband (WITAF)
11 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen
2 hörende Teilnehmer/innen
Kontrollgruppe: 18.01.2011
Universität Wien, IPKW
9 hörende Teilnehmer/innen

Obwohl die Haupttests explizit für gehörlose bzw. stark hörbeeinträchtigte Personen konzipiert wurden, haben sich auch hörende Teilnehmer/innen unter die Proband/innen gemischt. Bei diesen Personen handelt es sich meistens um

Familienmitglieder der Gehörlosen oder um hörende Mitarbeiter/innen der kooperierenden Organisationen (LZH, WITAF etc.). Da sie den Stimulus nicht in derselben Version rezipiert haben wie die Kontrollgruppen, kann man ihre Daten nicht zu diesen dazuzählen. Demnach werden ihre Datensätze bei der Auswertung nicht berücksichtigt.

Leider musste bei Experimentalreihe B der Haupttest mit den Dolmetsch-Einblendungen (DLE) aufgrund technischer Probleme nach der Hälfte abgebrochen werden. Ein solcher Vorfall wirkt sich aus zweifacher Hinsicht negativ auf das Unterhaltungserleben aus:

1) Der Abbruch erfolgte an einer inhaltlich äußerst bedrückenden Stelle. Die Anspannung kann, wie es normalerweise am Ende eines jeden Films üblich ist, durch den Stimulus nicht mehr gelöst werden. In Folge wirkt sie sich negativ auf den Emotionshaushalt der Proband/innen aus. 2) Weiters löst ein solcher Abbruch an sich schon Frustrationen aus, die eine Bemessung des Unterhaltungserlebens noch schwieriger machen. Einige Teilnehmer/innen waren so enttäuscht, dass sie den Fragebogen gar nicht mehr ausfüllen wollten. Die Ergebnisse dieses Versuchs sollen im nächsten Kapitel dennoch dargestellt werden. In die Gesamtbewertung des Unterhaltungserlebens gehörloser Personen werden sie jedoch nicht einfließen.

Bei allen drei Experimentalreihen weicht die Teilnehmer/innenzahl von den erklärten 30 ab. Damit wird die Aussagekraft der einzelnen Tests verringert. Führt man jedoch die Daten der Experimentalreihen A und B zusammen, so erhält man weit mehr als 30 Datensätze. Damit sind die Voraussetzungen für eine statistisch sinnvolle Auswertung gegeben. Bei Experimentalreihe C stellt sich die Situation etwas anders dar. Hier könnte lediglich eine Addition mit den Daten des Pretests erfolgen. Im Hinblick auf die Fragen, die in Anlehnung an die Dehm'schen Unterhaltungsfaktoren gestellt wurden, ergibt dies durchaus Sinn. Beim Früh'schen Unterhaltungsindex hingegen entstünde ein Überhang an Datensätzen zur Untertitel-Version von Stimulus 2. Es spricht jedoch nichts gegen eine teilweise Zusammenführung der Daten. Dennoch können die Ergebnisse der Experimentalreihe C nur im Sinne eines Fallbeispiels mit den Daten der anderen Reihen verglichen werden.

8) Ergebnisse

Die erhobenen Daten wurden mithilfe des Programms SPSS Statistics erfasst und ausgewertet. Dazu wurde in Anlehnung an den Fragebogen ein Codebuch entworfen. Dieses ordnet den einzelnen Fragen Variablennamen zu und legt die Codierung der dazugehörigen Merkmalausprägungen fest. Sowohl die Fragebögen als auch das Codebuch finden sich im Anhang dieses Dokuments.

8.1) Demografische Daten

Hinsichtlich der demografischen Daten wurden insgesamt sechs Merkmale erfasst: Geschlecht, Alter, Wohnort, Ausbildung, Hörstatus und Sprachen. Während die ersten vier selbsterklärend sind, soll auf den Hörstatus und die Sprachen kurz Bezug genommen werden. Beim Hörstatus konnten die Proband/innen angeben, ob sie gehörlos, schwerhörig, spät ertaubt, CI-Träger (Cochlea Implantat) oder hörend sind. Da es sich bei der Untersuchungsgruppe um eine sehr inhomogene Gruppe handelt, ergibt diese Unterteilung durchaus Sinn. Vor allem im Hinblick auf die Frage nach dem Sprachvermögen. Wenn bspw. eine schwerhörige Person zur Verständigung die Gebärdensprache nutzt, dann ist sie ebenso Teil der Zielgruppe dieser Untersuchung wie ein/eine von Geburt an gehörlose/r Muttersprachler/in. Dasselbe gilt für die spät Ertaubten und CI-Träger/innen. Bei den Sprachen konnten die Proband/innen zwischen ÖGS (Österreichische Gebärdensprache), DGS (Deutsche Gebärdensprache), ASL (American Sign Language), Deutsch und einer anderen Sprache wählen. Natürlich war es erlaubt, auch mehrere Optionen anzukreuzen.

8.1.1) Pretest

Die demografischen Daten des Pretests wurden in einem der vorangehenden Kapitel bereits präsentiert (vgl. Kap. 7.5.1). Daher sollen sie hier nur kurz beleuchtet werden.

Am Pretest nahmen 36 Personen teil, 31 davon waren gehörlos bzw. hochgradig schwerhörig, weitere fünf gaben an, spät ertaubt zu sein. In Bezug auf das Geschlecht ließ sich ein starker Frauenüberhang feststellen. So waren 27 Proband/innen weiblich und nur neun männlich. Das Durchschnittsalter belief sich auf 70,6 Jahre, wobei ein Viertel der Proband/innen sogar älter als 77 Jahre war.

Knapp 89% der Teilnehmer/innen kamen aus Wien, der Rest aus den Bundesländern Niederösterreich, Steiermark und Burgenland (vgl. Abb. 23).

Abb. 23 Pretest: Wohnort der Proband/innen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Wien	32	88,9	88,9	88,9
	NÖ	2	5,6	5,6	94,4
	Steiermark	1	2,8	2,8	97,2
	Burgenland	1	2,8	2,8	100,0
	Gesamt	36	100,0	100,0	

Hinsichtlich der höchsten abgeschlossenen Ausbildung geben rund 47% der Proband/innen an, eine Schule für Gehörlose ohne Matura besucht zu haben. An zweiter Stelle rangiert die Fachschule, ebenfalls ohne Matura. An dritter schließlich die Hauptschule, die bekanntlich auch ohne Reifeprüfung abschließt (vgl. Abb. 24).

Abb. 24 Pretest: höchste abgeschlossene Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Hauptschule	3	8,3	9,1	9,1
	Lehre	1	2,8	3,0	12,1
	GL Schule - ohne Matura	17	47,2	51,5	63,6
	GL Schule - mit Matura	1	2,8	3,0	66,7
	Fachschule - ohne Matura	9	25,0	27,3	93,9
	Fachschule - mit Matura	1	2,8	3,0	97,0
	Keine	1	2,8	3,0	100,0
	Gesamt	33	91,7	100,0	
Fehlend	K. A.	3	8,3		
Gesamt		36	100,0		

Bei der Frage nach den Sprachen wählten alle Proband/innen mindestens eine Antwortmöglichkeit. Demnach sind keine fehlenden Fälle zu beklagen (vgl. Abb. 25).

Abb. 25 Pretest: Fallzusammenfassung Sprachen

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Sprachen	36	100,0%	0	,0%	36	100,0%

Interessant ist, dass bis auf eine Person alle angeben, Deutsch zu sprechen. Aber nur 44% betonen, dass sie die Österreichische Gebärdensprache beherrschen. Damit rangiert die Gebärdensprache an zweiter Stelle (vgl. Abb. 26).

Abb. 26 Pretest: Sprachvermögen

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Sprachen	ÖGS	16	25,4%	44,4%
	DGS	5	7,9%	13,9%
	ASL	1	1,6%	2,8%
	Deutsch	35	55,6%	97,2%
	Andere	6	9,5%	16,7%
Gesamt		63	100,0%	175,0%

Kreuzt man die Sprachen mit dem Hörstatus der Proband/innen, so geht klar hervor, dass die Gebärdensprache weder unter den Gehörlosen noch bei den Schwerhörigen und Spätertaubten zum fixen Bestandteil ihres Sprachrepertoires gerechnet werden kann.

Abb. 27 Pretest: Kreuztabelle Sprachen/Hörstatus

			Hörstatus			Gesamt
			gehörlos	schwerhörig	spät ertaubt	
Sprachen	ÖGS	Anzahl	12	2	2	16
	DGS	Anzahl	5	0	0	5
	ASL	Anzahl	1	0	0	1
	Deutsch	Anzahl	26	4	5	35
	Andere	Anzahl	4	0	2	6
Gesamt		Anzahl	27	4	5	36

Dies ist insofern verwunderlich, da sich vor Ort bis auf eine Versuchsperson alle in Gebärdensprache unterhielten. Es ist möglich, dass einige die Gebärdensprache besser beherrschen als andere, aber genutzt wurde sie vor Ort von fast allen.

8.1.2) Experimentalreihe A

An Experimentalreihe A nahmen insgesamt 84 Proband/innen teil. Davon waren 57% hörbeeinträchtigt und 40% hörend. Die restlichen 3% beantworteten die Frage nach dem Hörstatus nicht.

Abb. 28 Exp. A: Aufteilung der Proband/innen hinsichtlich der Stimuli

	Hörstatus zweidimensional		Gesamt
	hörbeeinträchtigt	hörend	
Stimulus mit Ton	0	21	21
Stimulus mit UT	18	0	18
Stimulus mit DLE	30	12	42
Gesamt	48	33	81

Einige der hörenden Teilnehmer/innen sahen sich aus bereits beschriebenen Gründen (vgl. Kap. 7.5.2) den Stimulus mit den Dolmetsch-Einblendungen an. Ihre Datensätze werden daher extrahiert. Im Folgenden werden die Gruppen der einzelnen Tests detaillierter vorgestellt.

Haupttest DLE

Beim Haupttest DLE waren, abzüglich der hörenden Teilnehmer/innen, 30 hörbeeinträchtigte Proband/innen anwesend. Davon waren 11 weiblich und 19 männlich. Das Durchschnittsalter lag bei knapp 30 Jahren, wobei der/die jüngste Teilnehmer/in 16 Jahre und der/die Älteste 67 Jahre alt war.

Fast 77% der Anwesenden waren aus Wien, die übrigen kamen aus Niederösterreich. Dies spiegelt sich auch in dem hohen Ausbildungsstandard der Teilnehmer/innen wider. So geben fast 27% an, eine Universität, Fachhochschule oder Akademie besucht zu haben (vgl. Abb. 29). In der Bundeshauptstadt ist das diesbezügliche Angebot wesentlich größer als in den ländlichen Gebieten – vor allem für gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Menschen.

Abb. 29 Exp. A: HT DLE – höchste abgeschlossene Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Hauptschule	5	16,7	17,2	17,2
	Lehre	6	20,0	20,7	37,9
	Fachschule	4	13,3	13,8	51,7
	Matura	6	20,0	20,7	72,4
	Universität, FH, Akademie	8	26,7	27,6	100,0
	Gesamt	29	96,7	100,0	
Fehlend	K. A.	1	3,3		
Gesamt		30	100,0		

Ein Fünftel der Testpersonen hat einen Schulabschluss mit Matura und ebenso viele geben an, eine Lehre absolviert zu haben. Eine Person hat die Frage nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung ausgelassen.

Bezüglich der Sprachen wählten alle Teilnehmer/innen mindestens eine Antwortmöglichkeit. Es gibt demnach keine fehlenden Antworten. Am häufigsten wurde die Österreichische Gebärdensprache angekreuzt: Über 93% geben an, diese zu nutzen. Zusätzlich betonen fast 87%, dass sie Deutsch sprechen. Überraschenderweise berichtete über die Hälfte der Testpersonen, dass sie neben den angeführten eine weitere Fremdsprache beherrschen würden (vgl. Abb. 30).

Abb. 30 Exp. A: HT DLE - Sprachvermögen

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Sprachen	ÖGS	28	34,1%	93,3%
	DGS	5	6,1%	16,7%
	ASL	7	8,5%	23,3%
	Deutsch	26	31,7%	86,7%
	Andere	16	19,5%	53,3%
Gesamt		82	100,0%	273,3%

Differenziert man die Form der Hörbeeinträchtigung und kreuzt sie mit dem Sprachvermögen, so lässt sich feststellen, dass alle Gehörlosen und CI-Träger/innen angeben, die Österreichische Gebärdensprache zu nutzen. Lediglich bei den hochgradig schwerhörigen Teilnehmer/innen gibt es eine Abweichung von rund 12% (vgl. Abb. 31).

Abb. 31 Exp. A: HT DLE - Kreuztabelle Sprachvermögen/Hörstatus

			Hörstatus			Gesamt
			gehörlos	schwerhörig	CI-Träger	
Sprachen	ÖGS	Anzahl	11	14	3	28
	DGS	Anzahl	4	1	0	5
	ASL	Anzahl	5	1	1	7
	Deutsch	Anzahl	9	14	3	26
	Andere	Anzahl	5	8	3	16
Gesamt		Anzahl	11	16	3	30

Haupttest UT

An diesem Test nahmen insgesamt 18 hörbeeinträchtigte Personen teil, davon waren 8 weiblich und 10 männlich. Das Durchschnittsalter lag bei 34 Jahren, wobei der/die jüngste Teilnehmer/in 21 Jahre und der/die älteste 50 Jahre alt war. Wie beim Haupttest DLE waren die meisten Testpersonen aus Wien. Lediglich drei stammten aus Niederösterreich und zwei weitere aus einem anderen Land (vgl. Abb. 32).

Abb. 32 Exp. A: HT UT – Wohnort der Proband/innen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Wien	13	72,2	72,2	72,2
NÖ	3	16,7	16,7	88,9
Andere	2	11,1	11,1	100,0
Gesamt	18	100,0	100,0	

Die Frage nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung ließ eine Person aus. Von den restlichen 17 geben fünf Personen an, eine Fachschule (ohne Matura) besucht zu haben. Weitere vier können einen Schulabschluss mit Reifeprüfung vorweisen und ebenso viele absolvierten erfolgreich eine Lehre.

Bei der Frage nach den Sprachen geben 14 Proband/innen an, die Österreichische Gebärdensprache zu nutzen. Ebenso viele bedienen sich zur Verständigung der deutschen Schriftsprache. Interessanterweise geben mehr Personen an, die amerikanische als die Deutsche Gebärdensprache zu beherrschen (vgl. Abb. 33).

Abb. 33 Exp. A: HT UT - Sprachvermögen

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Sprachen	ÖGS	14	30,4%	77,8%
	DGS	5	10,9%	27,8%
	ASL	7	15,2%	38,9%
	Deutsch	14	30,4%	77,8%
	Andere	6	13,0%	33,3%
Gesamt		46	100,0%	255,6%

Kreuzt man die Form der Hörbeeinträchtigung mit dem Sprachvermögen der Teilnehmer/innen, so überrascht es, dass lediglich 7 der 10 Gehörlosen angeben, die Österreichische Gebärdensprache zu beherrschen. Dafür ist die Anzahl der DGS und ASL Nutzer relativ hoch. Bei den schwerhörigen Teilnehmer/innen hingegen geben bis auf eine Person alle Proband/innen an, ÖGS-Nutzer zu sein.

Abb. 34 Exp. A: HT UT - Kreuztabelle Sprachvermögen/Hörstatus

			Hörstatus			Gesamt
			gehörlos	schwerhörig	spätertaubt	
Sprachen	ÖGS	Anzahl	7	6	1	14
	DGS	Anzahl	3	2	0	5
	ASL	Anzahl	6	1	0	7
	Deutsch	Anzahl	7	6	1	14
	Andere	Anzahl	3	3	0	6
Gesamt		Anzahl	10	7	1	18

Kontrollgruppe

Die Kontrollgruppe bestand aus 21 hörenden Proband/innen, von denen 10 weiblich und 11 männlich waren. Das Durchschnittsalter lag bei 35 Jahren und war somit geringfügig höher als bei den Testgruppen. Die Altersspanne reichte dabei von 22 bis 67 Jahren. Auch bei der Kontrollgruppe stammten die meisten aus dem Raum Wien, dicht gefolgt von Niederösterreich und dem Burgenland auf dem dritten Platz.

Abb. 35 Exp. A: Kontrollgruppe – höchste abgeschlossene Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Lehre	1	4,8	4,8	4,8
	Fachschule	2	9,5	9,5	14,3
	Matura	9	42,9	42,9	57,1
	Universität, FH, Akademie	8	38,1	38,1	95,2
	Andere	1	4,8	4,8	100,0
Gesamt		21	100,0	100,0	

Was die Ausbildung anbelangt, geben fast 43% an, eine Schule mit Matura besucht zu haben. Etwas weniger, nämlich 38%, haben einen Abschluss von einer Universität, Fachhochschule oder Akademie. Damit ist die Kontrollgruppe nicht nur geringfügig älter, sondern auch etwas besser ausgebildet wie die zwei Testgruppen.

In Bezug auf das Sprachvermögen geben (wie erwartet) alle Proband/innen an, Deutsch zu sprechen. Niemand beherrscht eine der Gebärdensprachen. Lediglich andere Fremdsprachen werden von den Teilnehmer/innen angeführt.

8.1.3) Experimentalreihe B

An der Experimentalreihe B nahmen insgesamt 69 Proband/innen teil, davon waren 58% hörbeeinträchtigt und 42% hörend. Zwei der Proband/innen unterzogen sich dem falschen Test (vgl. Abb. 36). Ihre Datensätze werden nicht in die Auswertung einbezogen.

Abb. 36 Exp. B: Aufteilung der Proband/innen hinsichtlich der Stimuli

	Hörstatus (zweidimensional)		Gesamt
	hörbeeinträchtigt	hörend	
Stimulus mit Ton	1	28	29
Stimulus mit UT	22	1	23
Stimulus mit DLE	17	0	17
Gesamt	40	29	69

Leider musste die Vorführung des Stimulus beim Haupttest DLE aufgrund technischer Schwierigkeiten nach der Hälfte abgebrochen werden. Obwohl die Ergebnisse dieses Tests aus bereits beschriebenen Gründen (vgl. Kap. 7.5.2) nicht in die Endauswertung einfließen, werden sie in den folgenden Kapiteln dargestellt. Daher soll auch ein Blick auf die demografischen Daten dieser Gruppe geworfen werden.

Haupttest DLE

Dem Haupttest DLE wohnten 15 Gehörlose, eine hochgradig schwerhörige und eine spät ertaubte Person bei. Von den insgesamt 17 Personen waren 13 männlich, drei weiblich. Eine Person gab keine Angaben zu ihrem Geschlecht.

Das Durchschnittsalter war mit knapp 55 Jahren besonders hoch. Die Altersspanne reichte dabei von 32 bis 68 Jahren, wobei zwei Teilnehmer/innen ihr Alter nicht verraten wollten. Hinsichtlich des Wohnorts unterschieden sich die Proband/innen der Experimentalreihe B grundlegend von jenen der A-Reihe. Die Mehrzahl kam aus dem Westen Österreichs, aus Vorarlberg. Aufgrund der geografischen Nähe zu Deutschland, der Schweiz und Liechtenstein waren auch einige Teilnehmer/innen aus diesen Ländern zu verzeichnen (vgl. Abb. 37).

Abb. 37 Exp. B: HT DLE – Wohnort der Proband/innen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Vorarlberg	11	64,7	64,7	64,7
	Deutschland	2	11,8	11,8	76,5
	Andere	1	5,9	5,9	82,4
	Schweiz	2	11,8	11,8	94,1
	Liechtenstein	1	5,9	5,9	100,0
	Gesamt	17	100,0	100,0	

Dies spiegelt sich auch im Sprachvermögen wider. So führen 47% der Proband/innen an, die Österreichische, und 29%, die Deutsche Gebärdensprache zu nutzen. Weiters behaupten fast zwei Drittel, dass sie die deutsche Schriftsprache beherrschen. Drei Personen sprechen sogar eine zusätzliche Sprache (vgl. Abb. 38).

Abb. 38 Exp. B: HT DLE - Sprachvermögen

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Sprachen	ÖGS	8	27,6%	47,1%
	DGS	5	17,2%	29,4%
	ASL	2	6,9%	11,8%
	Deutsch	11	37,9%	64,7%
	Andere	3	10,3%	17,6%
Gesamt		29	100,0%	170,6%

Kreuzt man das Sprachvermögen der Teilnehmer/innen mit ihrem Hörstatus, stellt man fest, dass überraschend wenige Gehörlose die Österreichische Gebärdensprache beherrschen. So geben nur sieben von 15 an, ÖGS zu nutzen. Selbst wenn die DGS Nutzer unerlaubterweise addiert werden, ist die Anzahl der gehörlosen Gebärdensprachler/innen relativ niedrig. Erstaunlicherweise geben sogar mehr Gehörlose – nämlich neun von 15 – an, Deutsch zu sprechen. Der schwerhörige Proband spricht alle drei Sprachen: ÖGS, DGS und Deutsch. Der spät Ertaubte hingegen zählt nur DGS und Deutsch zu seinem Sprachrepertoire.

Abb. 39 Exp. B: HT DLE - Kreuztabelle Sprachvermögen/Hörstatus

			Hörstatus			Gesamt
			gehörlos	schwerhörig	spätertaubt	
Sprachen	ÖGS	Anzahl	7	1	0	8
	DGS	Anzahl	3	1	1	5
	ASL	Anzahl	2	0	0	2
	Deutsch	Anzahl	9	1	1	11
	Andere	Anzahl	3	0	0	3
Gesamt		Anzahl	15	1	1	17

In Bezug auf die Schulbildung lässt sich feststellen, dass der Großteil entweder eine Lehre oder eine andere Ausbildung, die nicht angeführt war, abgeschlossen hat. An dritter Stelle rangiert die Hauptschule, die immerhin fast 19% der Proband/innen besucht haben. Zwei Personen, das sind fast 13%, haben keine Ausbildung.

Abb. 40 Exp. B: HT DLE - höchste abgeschlossene Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Hauptschule	3	17,6	18,8	18,8
	Lehre	5	29,4	31,3	50,0
	Fachschule	2	11,8	12,5	62,5
	Andere	4	23,5	25,0	87,5
	Keine	2	11,8	12,5	100,0
	Gesamt	16	94,1	100,0	
Fehlend	K. A.	1	5,9		
Gesamt		17	100,0		

Vermutlich ist die niedrige Anzahl der Gebärdensprachnutzer/innen auf die eingeschränkten Bildungsmöglichkeiten zurückzuführen. Immerhin lernen die meisten Betroffenen die Sprache im Rahmen der sozialen bzw. informellen Kontakte an den Schulinstitutionen. Das hohe Durchschnittsalter scheint diese These weiter zu stützen, da vor einigen Jahrzehnten die Ausbildungsmöglichkeiten im ländlichen Raum noch stärker eingeschränkt waren.

Haupttest UT

Die Gruppe des Haupttests UT bestand aus 22 hörbeeinträchtigten Versuchspersonen. Das Geschlechterverhältnis war mit 10 weiblichen und 11 männlichen Teilnehmer/innen sehr ausgeglichen. Eine Person beantwortete die Frage nach dem Geschlecht nicht.

Das Durchschnittsalter dieser Gruppe lag bei rund 38 Jahren, wobei vier Personen die Altersangabe verweigerten. Der/die jüngste Teilnehmer/in war 23 und der/die älteste Teilnehmer/in 62 Jahre alt.

Die meisten Versuchspersonen kamen aus Vorarlberg. Allerdings haben sich auch hier einige Schweizer/innen, Liechtensteiner/innen und Deutsche unter die Proband/innen gemischt (vgl. Abb. 41).

Abb. 41 Exp. B: HT UT – Wohnort der Proband/innen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Vorarlberg	15	68,2	68,2	68,2
	Deutschland	1	4,5	4,5	72,7
	Schweiz	3	13,6	13,6	86,4
	Liechtenstein	3	13,6	13,6	100,0
	Gesamt	22	100,0	100,0	

Über die Hälfte der Proband/innen hat eine Lehre absolviert. An zweiter Stelle rangiert die Fachschule, die immerhin von fast 14% besucht wurde. Fast gleich viele geben an, eine Ausbildung, die im Fragebogen nicht angeführt wird, vorweisen zu können. Eine Person hat keine Ausbildung und eine weitere beantwortete die Frage nicht (vgl. Abb. 42).

Abb. 42 Exp. B: HT UT – höchste abgeschlossene Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Hauptschule	1	4,5	4,8	4,8
	Lehre	11	50,0	52,4	57,1
	Fachschule	3	13,6	14,3	71,4
	Universität, FH, Akademie	2	9,1	9,5	81,0
	Andere	3	13,6	14,3	95,2
	Keine	1	4,5	4,8	100,0
	Gesamt	21	95,5	100,0	
Fehlend	K. A.	1	4,5		
Gesamt		22	100,0		

Was die Sprachen anbelangt, so sind wie in den anderen Testgruppen die Österreichische Gebärdensprache und die deutsche Schriftsprache die am häufigsten genannten.

Abb. 43 Exp. B: HT UT - Sprachvermögen

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Sprachen	ÖGS	17	40,5%	77,3%
	DGS	1	2,4%	4,5%
	Deutsch	17	40,5%	77,3%
	Andere	6	14,3%	27,3%
	K. A.	1	2,4%	4,5%
Gesamt		42	100,0%	190,9%

Interessanterweise ist die Anzahl der Gehörlosen, die angeben, eine weitere oder andere Sprache zu beherrschen, relativ hoch (vgl. Abb. 44). Dies ist wahrscheinlich auf die hohe Zahl der Schweizer bzw. Liechtensteiner Proband/innen zurückzuführen, welche die schweizerische Gebärdensprache als ihre Muttersprache erachten und diese nicht zur Auswahl stand. Eine Person hat die Frage nach den Sprachen ausgelassen.

Abb. 44 Exp. B: HT UT - Kreuztabelle Sprachvermögen/Hörstatus

			Hörstatus				Gesamt
			gehörlos	schwerhörig	spätertaubt	CI-Träger	
Sprachen	ÖGS	Anzahl	8	6	2	1	17
	DGS	Anzahl	0	1	0	0	1
	Deutsch	Anzahl	10	4	2	1	17
	Andere	Anzahl	3	3	0	0	6
	K. A.	Anzahl	1	0	0	0	1
Gesamt		Anzahl	12	7	2	1	22

Unter den Schwerhörigen, spät Ertaubten und CI-Träger/innen nutzen so gut wie alle eine Gebärdensprache.

Kontrollgruppe

Die Kontrollgruppe bestand aus 28 hörenden Proband/innen, wovon der Großteil weiblich war. So nahmen 22 Frauen und nur 6 Männer an der Kontrolluntersuchung teil. Das Durchschnittsalter lag bei 48 Jahren, die Altersspanne reichte dabei von 17 bis 85 Jahren.

Im Gegensatz zu den zwei Testgruppen kam bei der Kontrollgruppe niemand aus der Schweiz, Deutschland oder Liechtenstein. Alle Proband/innen stammten aus Vorarlberg.

Besonders auffällig war das hohe Bildungsniveau der Proband/innen: 8 Personen besaßen einen Abschluss von einer Universität, Fachhochschule oder Akademie. Weitere acht waren an einer Fachschule und an dritter Stelle rangierte der Lehrabschluss (vgl. Abb. 45).

Abb. 45 Exp. B: Kontrollgruppe – höchste abgeschlossene Ausbildung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Hauptschule	1	3,6	3,6	3,6
Lehre	5	17,9	17,9	21,4
Fachschule	8	28,6	28,6	50,0
Matura	4	14,3	14,3	64,3
Universität, FH, Akademie	8	28,6	28,6	92,9
Andere	2	7,1	7,1	100,0
Gesamt	28	100,0	100,0	

Betrachtet man das Sprachvermögen der Kontrollgruppe, so fällt auf, dass über 10% die Österreichische Gebärdensprache beherrschen. Vermutlich stehen diese Teilnehmer/innen in einem Naheverhältnis zur Gehörlosigkeit. Wahrscheinlich haben sie gehörlose Verwandte, Kinder oder Freunde. Bis auf eine Person geben alle Teilnehmer/innen an, Deutsch zu sprechen (vgl. Abb. 46).

Abb. 46 Exp. B: Kontrollgruppe - Sprachvermögen

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Sprachen	ÖGS	3	6,4%	10,7%
	Deutsch	27	57,4%	96,4%
	Andere	16	34,0%	57,1%
	K. A.	1	2,1%	3,6%
Gesamt		47	100,0%	167,9%

8.1.4) Experimentalreihe C

An der Experimentalreihe C nahmen insgesamt 36 Personen teil. Damit ist sie die kleinste der drei Experimentalreihen. Zwei Drittel der Teilnehmer/innen waren hörbeeinträchtigt, ein Drittel hörend. Auch hier mischten sich hörende Teilnehmer/innen unter die gehörlosen Proband/innen (vgl. Abb. 47). Ihre Datensätze werden von der Gesamtauswertung extrahiert.

Abb. 47 Exp. C: Aufteilung der Proband/innen hinsichtlich der Stimuli

	Hörstatus zweidimensional		Gesamt
	hörbeeinträchtigt	hörend	
Stimulus mit Ton	0	9	9
Stimulus mit UT	11	2	13
Stimulus mit DLE	13	1	14
Gesamt	24	12	36

Im Gegensatz zu den vorhergehenden Experimentalreihen ist der Stimulus bei C kein Spielfilm, sondern ein Ausschnitt einer amerikanischen Krimiserie.

Haupttest DLE

Die Personengruppe des Haupttest DLE bestand aus 13 Proband/innen, von denen acht weiblich und fünf männlich sind. Es handelte sich mit einem Durchschnittsalter von 26 Jahren um eine junge Gruppe. Die Altersspanne war dementsprechend klein. Der/die jüngste Teilnehmer/in war 21 Jahre alt und der/die Älteste gerade einmal 33. Alle Proband/innen kamen aus Wien und waren relativ gut ausgebildet. Vier Personen hatten eine Fachschule besucht, drei eine Reifeprüfung abgelegt und weitere drei hatten eine andere, nicht angeführte Ausbildung absolviert. Zwei Personen waren auf einer Universität, Fachhochschule oder Akademie. Das Schlusslicht bildete die Lehre, die von nur einem/einer Proband/in angeführt wurde.

Abb. 48 Exp. C: HT DLE - höchste abgeschlossene Ausbildung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Lehre	1	7,7	7,7	7,7
Fachschule	4	30,8	30,8	38,5
Matura	3	23,1	23,1	61,5
Universität, FH, Akademie	2	15,4	15,4	76,9
Andere	3	23,1	23,1	100,0
Gesamt	13	100,0	100,0	

Hinsichtlich der Sprachen geben alle Proband/innen an, Nutzer der Österreichischen Gebärdensprache zu sein. Bis auf eine Ausnahme trifft dies auch auf die deutsche Schriftsprache zu. Ferner ist der Prozentsatz jener, die noch eine weitere Sprache beherrschen (rd. 46%), relativ hoch (vgl. Abb. 49).

Abb. 49 Exp. C: HT DLE – Sprachvermögen

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Sprachen	ÖGS	13	37,1%	100,0%
	DGS	1	2,9%	7,7%
	ASL	3	8,6%	23,1%
	Deutsch	12	34,3%	92,3%
	Andere	6	17,1%	46,2%
Gesamt		35	100,0%	269,2%

Nachdem alle Teilnehmer/innen angeben, ÖGS zu nutzen, bringt eine Kreuzung des Sprachvermögens mit dem Hörstatus keine weiteren relevanten Erkenntnisse.

Haupttest UT

Beim Haupttest UT war ein deutlicher Männerüberhang zu erkennen. So waren 9 der 11 Proband/innen männlich und nur zwei weiblich. Das Durchschnittsalter war mit fast 57 Jahren relativ hoch. Wie beim HT DLE stammten alle Proband/innen aus Wien. Obwohl keiner einen tertiären Schulabschluss vorweisen konnte, war die Gruppe relativ gut ausgebildet. So haben jeweils vier Personen eine Lehre abgeschlossen bzw. eine Fachschule besucht. Von den restlichen drei hatte einer keine Ausbildung, einer die Hauptschule besucht und ein weiterer verfügte über einen Maturaabschluss (vgl. Abb. 50).

Abb. 50 Exp. C: HT UT – höchste abgeschlossene Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Hauptschule	1	9,1	9,1	9,1
	Lehre	4	36,4	36,4	45,5
	Fachschule	4	36,4	36,4	81,8
	Matura	1	9,1	9,1	90,9
	Keine	1	9,1	9,1	100,0
	Gesamt	11	100,0	100,0	

Die Auswertung des Sprachvermögens führt bei dieser Gruppe zu einem sehr überraschenden Ergebnis: mehr Personen geben an, Deutsch zu können als eine der Gebärdensprachen. Zehn der elf Teilnehmer/innen sind demnach der deutschen Schriftsprache mächtig. Im Gegensatz dazu geben nur acht Personen an, die Österreichische Gebärdensprache zu nutzen (vgl. Abb. 51)

Abb. 51 Exp. C: HT UT – Sprachvermögen

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Sprachen	ÖGS	8	40,0%	72,7%
	ASL	1	5,0%	9,1%
	Deutsch	10	50,0%	90,9%
	Andere	1	5,0%	9,1%
Gesamt		20	100,0%	181,8%

Die Kreuztabelle unterstreicht dieses Ergebnis. Während der/die Schwerhörige angibt, ÖGS, ASL, Deutsch und eine andere Sprache zu beherrschen, stellt sich die Situation unter den Gehörlosen etwas anders dar: Neun von zehn können Deutsch, aber nur sieben geben an, ÖGS zu nutzen (vgl. Abb. 52).

Abb. 52 Exp. C: HT UT – Kreuztabelle Sprachen/Hörstatus

			Hörstatus		Gesamt
			gehörlos	schwerhörig	
Sprachen	ÖGS	Anzahl	7	1	8
	ASL	Anzahl	0	1	1
	Deutsch	Anzahl	9	1	10
	Andere	Anzahl	0	1	1
Gesamt		Anzahl	10	1	11

Kontrollgruppe

Die Kontrollgruppe bestand aus acht weiblichen und einem männlichen Probanden. Damit bestand – ähnlich wie bei der Gruppe HT DLE – ein eindeutiger Frauenüberhang. Die Kontrollgruppe wies jedoch noch eine weitere Parallele zur DLE-Gruppe auf: Sie war sehr jung. Mit einem Durchschnittsalter von knapp 24 Jahren war sie sogar die jüngste Gruppe der ganzen Untersuchung. Dabei war der/die Jüngste gerade einmal 21 Jahre alt und der/die Älteste 30.

Zwei Drittel der Proband/innen stammten aus Wien. Jeweils eine Person kam aus Niederösterreich, der Steiermark und dem Burgenland (vgl. Abb. 53)

Abb. 53 Exp. C: Kontrollgruppe - Wohnort der Proband/innen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Wien	6	66,7	66,7	66,7
	NÖ	1	11,1	11,1	77,8
	Steiermark	1	11,1	11,1	88,9
	Burgenland	1	11,1	11,1	100,0
	Gesamt	9	100,0	100,0	

Auch hinsichtlich der Ausbildung war diese Gruppe mit der DLE-Gruppe vergleichbar. So bestanden beide aus gut ausgebildeten Personen. In der Kontrollgruppe hatten sechs Personen eine Reifeprüfung abgelegt, zwei eine Universität, Fachhochschule oder Akademie besucht und eine Person hatte eine Fachschule absolviert (vgl. Abb. 54)

Abb. 54 Exp. C: Kontrollgruppe – höchste abgeschlossene Ausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Fachschule	1	11,1	11,1	11,1
	Matura	6	66,7	66,7	77,8
	Universität, FH, Akademie	2	22,2	22,2	100,0
	Gesamt	9	100,0	100,0	

Die Frage nach den Sprachen wurde von einer Person ausgelassen. Von den restlichen acht geben alle an, Deutsch und eine weitere Sprache zu beherrschen – ein Ergebnis, das nicht weiter verwundert.

8.1.5) Zusammenfassung

Insgesamt hatten 225 Personen an der Studie teilgenommen (inkl. Pretest). Zwei Drittel der Testpersonen waren hörbeeinträchtigt, ein Drittel hörend. Mit 84 Personen ist die A-Reihe die größte der drei Experimentalreihen, dicht gefolgt von der B-Reihe mit 69 Teilnehmer/innen. Die Schlusslichter bilden die C-Reihe und der Pretest mit jeweils nur 36 Testpersonen.

Während bei den hörbeeinträchtigten Teilnehmer/innen ein leichter Männerüberhang konstatiert werden konnte, bestand bei den hörenden Kontrollgruppen eher ein Frauenüberhang.

Hinsichtlich des Alters muss zwischen dem Pretest und den Experimentalreihen unterschieden werden. Am Pretest nahmen überwiegend ältere Personen teil. Das Durchschnittsalter lag bei knapp über 70 Jahren. Der Fragebogen wurde gezielt an den Senior/innen getestet, da diese das schwächste Glied in der Kette darstellen. An den Experimentalreihen hatten tendenziell jüngere Personen teilgenommen. Bemessen an jenen, die ihr Alter angegeben haben (= gültige Prozente), zählten 30% zu der Klasse der 26- bis 35-Jährigen. 23% waren sogar jünger als 25 Jahre. Der Anteil der 30- bis 45-Jährigen lag bei rd. 20% (vgl. Abb. 55).

Abb. 55 Proband/innen der Experimentalreihen nach Altersklassen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	16 - 25 Jahre	37	19,5	23,1	23,1
	26 - 35 Jahre	48	25,3	30,0	53,1
	36 - 45 Jahre	32	16,8	20,0	73,1
	46 - 55 Jahre	21	11,1	13,1	86,3
	56 - 85 Jahre	22	11,6	13,8	100,0
	Gesamt	160	84,2	100,0	
Fehlend	System	30	15,8		
Gesamt		190	100,0		

(exkl. Pretest)

Drei Viertel der Proband/innen der Experimentalreihen kamen aus Wien und Vorarlberg. Der Rest verteilte sich auf die Bundesländer Niederösterreich, Steiermark und Burgenland. Rund 5% stammten aus der Schweiz und Liechtenstein. Da der Pretest nur in Wien stattgefunden hatte, waren dort keine Testpersonen aus westlichen Bundesländern zu verzeichnen.

Bei den hörbeeinträchtigten Testpersonen der Experimentalreihen wiesen die jüngeren einen höheren Bildungsstandard auf als die älteren. Fast ein Drittel der 16- bis 35-Jährigen legten eine Reifeprüfung ab. In der Gruppe der 56- bis 85-Jährigen hatte hingegen keine/r einen Maturaabschluss. In den Kontrollgruppen war dieses Phänomen ebenfalls zu beobachten, allerdings nicht so ausgeprägt wie bei den Testgruppen.

In Bezug auf das Sprachvermögen der hörbeeinträchtigten Teilnehmer/innen ließ sich ebenfalls eine Staffelung nach Alter feststellen: Unter den Jüngeren nutzten mehr Personen die Österreichische Gebärdensprache als unter den Älteren (vgl. Abb. 56).

Abb. 56 Sprachvermögen nach Altersgruppen*

			Alter			Gesamt
			16 - 35 Jahre	36 - 55 Jahre	56 - 85 Jahre	
Sprachen	ÖGS	Anzahl	41	24	5	70
	DGS	Anzahl	8	7	1	16
	ASL	Anzahl	13	3	1	17
	Deutsch	Anzahl	53	29	9	91
	Andere	Anzahl	36	11	2	49
Gesamt		Anzahl	62	32	13	107

(*Proband/innen hörbeeinträchtigt; exkl. Pretest)

Dennoch muss betont werden, dass die meist genannte Sprache in allen Reihen und auch im Pretest die deutsche Schriftsprache war. Dieses eindeutige Ergebnis steht im Widerspruch zu den Beobachtungen der Untersuchungsleiterin. Daher wird vermutet, dass eine Störvariable, wie z.B. soziale Erwünschtheit, das Ergebnis beeinflusste.

8.2) TV-Gewohnheiten und Unterhaltungsfaktoren

Sowohl beim Pretest als auch bei der C-Reihe wurden neben den Items zum Unterhaltungsindex auch Fragen zu den TV-Gewohnheiten der Proband/innen gestellt. Weiters erfolgte eine Bemessung der unterhaltenden Faktoren nach Dehm. In zwei Ausnahmefällen (Pretest, C-Reihe HT UT) wurden zusätzlich fünf Fragen zu einem gebärdenden Avatar integriert, der im besonderen Interesse einer der Kooperationspartner lag. Diese fünf Fragen sind nicht Bestandteil der vorliegenden Studie, die diesbezüglichen Ergebnisse werden demnach nicht präsentiert.

Da der Fragebogen nach dem Pretest einigen gravierenden Änderungen unterzogen wurde, können die gewonnenen Daten nur schwer mit der C-Reihe zusammengelegt werden. Für einen oberflächlichen Vergleich reichen die Parallelen jedoch aus.

8.2.1) Pretest

TV-Gewohnheiten

Hinsichtlich der TV-Gewohnheiten wurden die Häufigkeit, die Dauer, die Zeiten, die Empfangsformen sowie die bevorzugten Sender und Formate erhoben. Der spezielle Fokus lag dabei auf tendenziell unterhaltenden Programmen.

Unter den 36 Proband/innen sehen alle gerne fern. Fast 78% geben sogar an, sehr gerne fernzuschauen. Weitere 22% widmen sich eher gerne dem populären Massenmedium. Dies spiegelt sich in der Häufigkeit des TV-Konsums wider. So geben

97% an, das Fernsehgerät sehr häufig oder oft einzuschalten. Und wenn es mal an ist, dann bleibt es auch an – zumindest für ein paar Stunden. 31% der Befragten sehen zwei bis drei Stunden am Stück. Geringfügig weniger, nämlich knapp 28%, schauen sogar länger als vier Stunden (vgl. Abb. 57).

Abb. 57 Pretest: Wie viele Stunden sehen Sie üblicherweise am Stück fern?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	bis 1 Stunde	1	2,8	3,4	3,4
	1-2 Stunden	6	16,7	20,7	24,1
	2-3 Stunden	9	25,0	31,0	55,2
	3-4 Stunden	5	13,9	17,2	72,4
	mehr als 4 Stunden	8	22,2	27,6	100,0
	Gesamt	29	80,6	100,0	
Fehlend	K. A.	7	19,4		
Gesamt		36	100,0		

Am Abend schalten die Proband/innen das TV-Gerät am liebsten ein. So geben fast 89% an, sich gerne dem Hauptabendprogramm zu widmen. Rund 64% schauen auch bereitwillig zwischen 18:00 Uhr und 20:00 Uhr fern. Selbst am Nachmittag scheint Fernsehen eine beliebte Beschäftigung zu sein (vgl. Abb. 58).

Abb. 58 Pretest: Wann schauen Sie gerne fern?

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Zeiten	Vormittag (06:00-12:00)	12	12,5%	33,3%
	Nachmittag (12:00-18:00)	17	17,7%	47,2%
	Vorabend (18:00-20:00)	23	24,0%	63,9%
	Hauptabend (20:00-24:00)	32	33,3%	88,9%
	Nacht (24:00-06:00)	12	12,5%	33,3%
Gesamt		96	100,0%	266,7%

Ein Großteil der Proband/innen verfügt über einen Kabelanschluss (rd. 87%) oder empfängt das Programm über einen Satelliten-Receiver (rd. 10%).

In Bezug auf die Senderauswahl sind die öffentlich-rechtlichen Anbieter klar im Vorteil. So nutzen die meisten Proband/innen ORF1, ORF2, ARD, ZDF und BR Bayern. Dies rührt vermutlich daher, dass diese Sender dazu verpflichtet sind, ihre Programme hörgeschädigten Menschen zugänglich zu machen. Sie bieten vereinzelt Untertitelte Versionen verschiedener Formate an – ein Service, den die Privaten kaum

offerieren. Dennoch sind die Privaten bei den Testpersonen nicht gänzlich unbeliebt. So geben immerhin über 47% an, Pro7 zu nutzen. Auch Sat1 und ATV+ werden relativ häufig genannt (vgl. Abb. 59).

Abb. 59 Pretest: Welche dieser Fernsehsender nutzen Sie?

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Sender	ORF1	30	10,5%	83,3%
	ORF2	31	10,8%	86,1%
	ATV+	16	5,6%	44,4%
	Puls4	9	3,1%	25,0%
	Pro7	17	5,9%	47,2%
	Sat1	16	5,6%	44,4%
	RTL	15	5,2%	41,7%
	RTLII	11	3,8%	30,6%
	VOX	15	5,2%	41,7%
	ARD	25	8,7%	69,4%
	ZDF	25	8,7%	69,4%
	3sat	16	5,6%	44,4%
	Kabel 1	15	5,2%	41,7%
	BR Bayern	20	7,0%	55,6%
	ARTE	11	3,8%	30,6%
	Andere	12	4,2%	33,3%
	K. A.	3	1,0%	8,3%
	Gesamt	287	100,0%	797,2%

Betrachtet man die Art, wie sich die Proband/innen die TV-Inhalte aneignen, so wird auf den ersten Blick klar, wie wichtig Tonsubstitution ist. Ausnahmslos alle folgen den Inhalten durch das Lesen von Untertiteln. An zweiter Stelle rangieren bereits die Dolmetscher/innen, die jedoch äußerst selten im Fernsehen eingesetzt werden. Dennoch geben mehr als 47% an, die Inhalte mithilfe eines/einer Dolmetschers/Dolmetscherin zu erschließen (vgl. Abb. 60). Nun könnte man vermuten, dass damit nicht nur die Dolmetscher/innen im Fernsehen gemeint sind, sondern auch hörende Verwandte, die im selben Haushalt leben und geflissentlich übersetzen. Allerdings werden diese in der Gemeinschaft der Gehörlosen nicht als Dolmetscher/innen bezeichnet, sondern z.B. als CODA (Children of Deaf Adults).

Abb. 60 Pretest: Wie verstehen Sie den TV-Inhalt?

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Erschließung durch	Sehen	14	20,6%	38,9%
	Lesen	36	52,9%	100,0%
	Hören	1	1,5%	2,8%
	Dolmetscher	17	25,0%	47,2%
Gesamt		68	100,0%	188,9%

Die generelle Beliebtheit des Fernsehens lässt sich auch auf die unterhaltungsfördernden Formate übertragen. So sind sich die Proband/innen darin einig, dass sie sehr gerne (69%) oder zumindest eher gern (31%) unterhaltende Sendungen anschauen. Die Spitze bilden dabei die ORF-Sendung Bundesland heute und deutsche Krimiserien. Dies ist insofern verwunderlich, da Bundesland heute nicht Untertitelt wird. Deutsche Krimiserien hingegen werden relativ häufig mit Untertiteln ausgestrahlt. Ebenfalls gern gesehen werden Spielfilme, Polit-Magazine, Sportsendungen, Quizshows und Tiersendungen (vgl. Abb. 61).

Abb. 61 Pretest: Welche dieser Sendungen gefallen Ihnen?

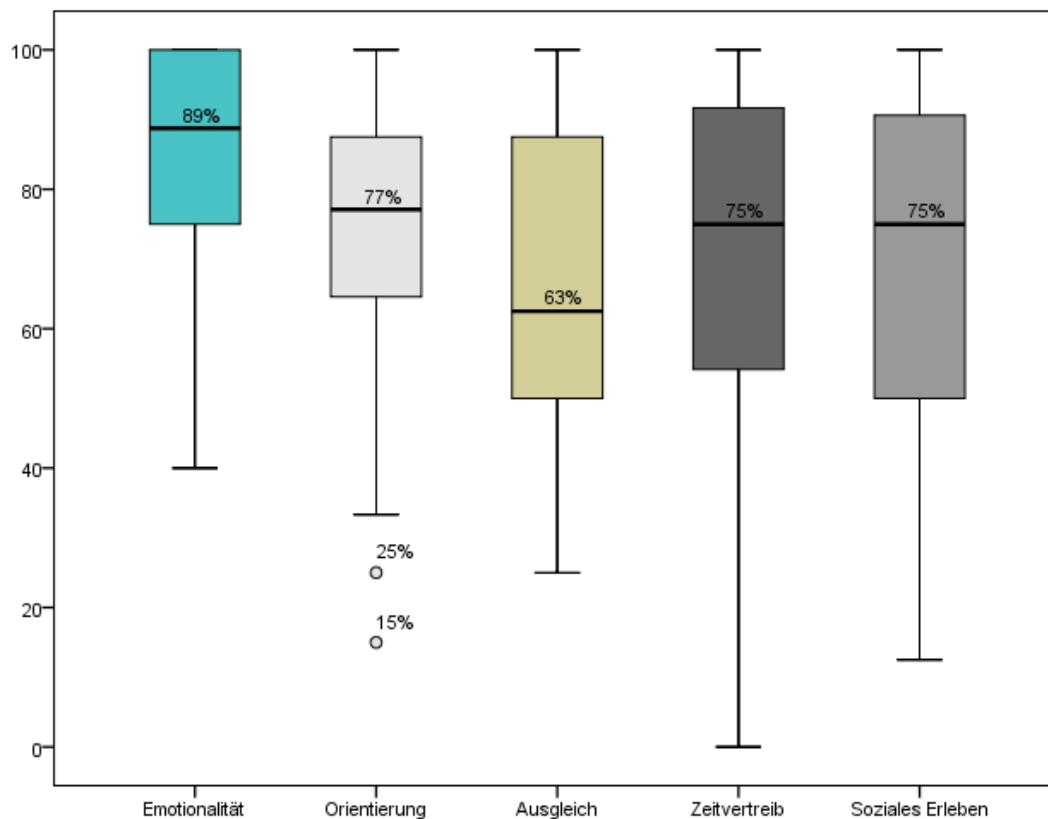
		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Format	TV-Spielfilme	21	6,7%	58,3%
	Talkshows	11	3,5%	30,6%
	Quizshows	20	6,4%	55,6%
	Kochshows	17	5,4%	47,2%
	Talentshows	18	5,7%	50,0%
	Realityshows	4	1,3%	11,1%
	Loveshows	12	3,8%	33,3%
	Telenovelas	11	3,5%	30,6%
	Krimis (DE)	24	7,6%	66,7%
	Krimis (USA)	13	4,1%	36,1%
	Mysteryserien	4	1,3%	11,1%
	Familienserien	7	2,2%	19,4%
	Krankenhausserien	12	3,8%	33,3%
	Polit-Magazine	21	6,7%	58,3%
	Kultur und Religion	12	3,8%	33,3%
	Dokus	19	6,1%	52,8%
	Tiersendungen	20	6,4%	55,6%
	Sport	21	6,7%	58,3%
	Bundesland heute	28	8,9%	77,8%
	Society-Magazine	17	5,4%	47,2%
	Keine davon	1	,3%	2,8%
	K. A.	1	,3%	2,8%
Gesamt		314	100,0%	872,2%

So ist es nicht weiter verwunderlich, dass bei der Frage nach den Lieblingssendungen gehäuft die Millionenshow, Bundesland heute und Wetten, dass... genannt werden.

Ausprägung der Unterhaltungsfaktoren

Die Ausprägung der fünf Dehm'schen Unterhaltungsfaktoren Emotionalität, Orientierung, Ausgleich, Zeitvertreib und soziales Erleben wurde mit insgesamt 20 Items ermittelt. Da die Faktoren an sich im Rahmen einer Reihe von Studien bereits verifiziert wurden, ist eine abermalige Faktorenanalyse nicht sinnvoll, schon gar nicht mit so wenigen Datensätzen wie bei dem vorliegenden Pretest. Daher werden lediglich die Mittelwerte der einzelnen Items verglichen und zu den dazugehörigen Faktoren verdichtet.

Abb. 62 Pretest: Ausprägung der Unterhaltungsfaktoren nach Dehm*



*N=28/Wien/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Die Proband/innen wurden gebeten, bei der Beantwortung der Fragen an ein Programm zu denken, dass ihnen Unterhaltung vermittelt. Sie mussten in Folge abwägen, wie sehr die einzelnen Items auf dieses Erleben zutreffen.

Programme, bei denen man Unterhaltung erlebt, sind in erster Linie durch den Faktor Emotionalität gekennzeichnet (vgl. Dehm/Storll 2003: 430). Das kann Dehm im Rahmen ihrer Studienreihe eindeutig nachweisen. Auch für die älteren, hörbeeinträchtigten Proband/innen dieses Pretests kann dies bestätigt werden. Der Faktor Emotionalität setzt sich zusammen aus den Items Spaß, Abwechslung, Lachen, Aufmerksamkeit und Entspannung. Bei keinem dieser Items liegt der Mittelwert über zwei (vgl. Abb. 63), das bedeutet, dass sie alle auf das Erleben zutreffen bzw. voll zutreffen. Der daraus resultierende Faktor ist der Logik folgend auch dementsprechend stark ausgeprägt (vgl. Abb. 62).

Abb. 63 Pretest: Items zum Unterhaltungsfaktor Emotionalität

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Standardabw.
Spaß	31	1,00	3,00	1,2581	,51431
Abwechslung	23	1,00	5,00	1,8696	1,01374
Lachen	28	1,00	5,00	1,5357	,99934
Aufmerksamkeit	27	1,00	5,00	1,7407	1,12976
Entspannung	28	1,00	4,00	1,5000	,79349
Gültige Werte (Listenweise)	19				

1=trifft zu/ 2=trifft eher zu/ 3=teils, teils/ 4=trifft weniger zu/ 5=trifft nicht zu

Bei Dehm's Untersuchungen folgen auf den Faktor Emotionalität der Reihe nach die Variablen Orientierung, Ausgleich, Zeitvertreib und zum Schluss das soziale Erleben (vgl. Dehm/Storll 2003: 430). Diese Abfolge ist nicht identisch mit den vorliegenden Ergebnissen. Für die Proband/innen des Pretests ist der Faktor Orientierung zwar der zweitwichtigste, aber an dritter Stelle rangieren die gleich stark ausgeprägten Faktoren Zeitvertreib und soziales Erleben. Die Variable Ausgleich bildet das Schlusslicht (vgl. Abb. 62).

Betrachtet man die Items der drittplatzierten Faktoren etwas näher, so fallen drei ganz besonders auf: Zeit verbringen, parasoziale Interaktion und Zugehörigkeit. Sie bewegen sich alle um den Wert zwei, was bedeutet, dass sie auf das Unterhaltungserleben zutreffen. Unterhaltung wird demnach nicht nur als Möglichkeit empfunden, Zeit zu verbringen (vgl. Abb. 64), sondern auch, um mit den Darsteller/innen zu interagieren.

Abb. 64 Pretest: Items zum Unterhaltungsfaktor Zeitvertreib

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Standardabw.
Gewohnheit	27	1,00	5,00	2,2222	1,33973
Zeit verbringen	31	1,00	5,00	1,8710	1,08756
Zeit sinnvoll nutzen	28	1,00	5,00	2,1071	1,13331
Gültige Werte (Listenweise)	24				

1=trifft zu/ 2=trifft eher zu/ 3=teils, teils/ 4=trifft weniger zu/ 5=trifft nicht zu

So geben die Proband/innen an, dass manche Personen in den Fernsehsendungen wie gute Freunde sind – ein Phänomen, das unter dem Begriff parasoziale Interaktion zusammengefasst werden kann. Auch das Dazugehörigkeitsgefühl ist bei den Proband/innen des Pretests kennzeichnend für das Rezeptionserleben unterhaltender audiovisueller Produkte (vgl. Abb. 65).

Abb. 65 Pretest: Items zum Unterhaltungsfaktor soziales Erleben

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Standardabw.
Alltagsbewältigung	28	1,00	5,00	2,2857	1,41047
Parasoziale Interaktion	29	1,00	5,00	2,0690	1,33446
Zugehörigkeit	25	1,00	5,00	2,0400	1,13578
Anteilnahme	27	1,00	4,00	2,1481	1,02671
Gültige Werte (listenweise)	22				

1=trifft zu/ 2=trifft eher zu/ 3=teils, teils/ 4=trifft weniger zu/ 5=trifft nicht zu

Aufgrund von Änderungen am Fragebogen, die von den Ergebnissen des Pretests indiziert wurden, ist ein Vergleich mit den Daten der Kontroll- und Experimentalgruppen nicht möglich. Dies schmälert natürlich die Aussagekraft der Ergebnisse des Pretests wesentlich. Sie sollen daher auch nicht weiter diskutiert werden.

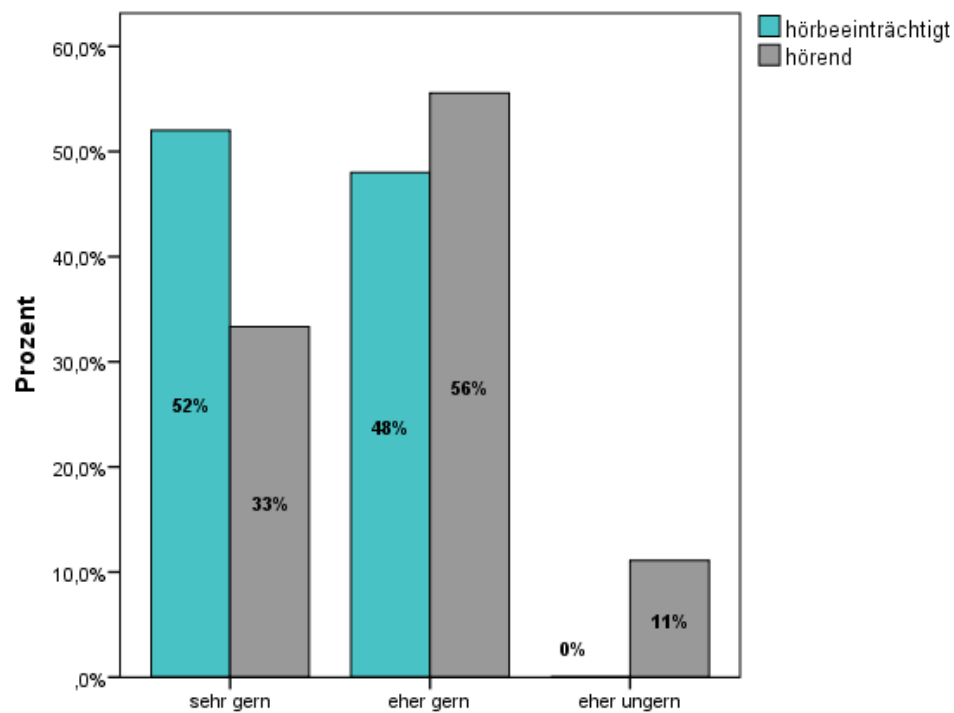
8.2.2) Experimentalreihe C

Bei Experimentalreihe C wurden die Fragen zu den TV-Gewohnheiten auf ein notwendiges Minimum reduziert. Übrig blieben die Icebreaker-Frage (Sehen Sie gerne fern?) und die Frage, wie sich die Proband/innen den TV-Inhalt aneignen.

TV-Gewohnheiten

Die Icebreaker-Frage bringt bereits ein interessantes Ergebnis: Offensichtlich sind die hörbbeeinträchtigten Proband/innen die leidenschaftlicheren Zuschauer/innen. Rund 52% geben an, sehr gerne fernzuschauen. Bei den Hörenden sind es lediglich 33%, die sich mit derselben Vorliebe dem Massenmedium widmen. Dafür geben jedoch 56% an, sich eher gerne dem TV-Gerät zuzuwenden (vgl. Abb. 66).

Abb. 66 Exp. C: Sehen Sie gerne fern?



*N=34/ Wien/ Testpersonen hörbeeinträchtigt und hörend

Hinsichtlich der Erschließung der TV-Inhalte gibt es weniger überraschende Ergebnisse. Alle hörenden Proband/innen geben an, dass sie über den Sehsinn die Inhalte wahrnehmen. Knapp 78% nutzen auch ihren Hörsinn und rund 22% lesen die Dialoge. Bei den hörbeeinträchtigten Testpersonen stellt sich die Situation ein wenig anders dar (vgl. Abb. 67).

96% der hörbeeinträchtigten Proband/innen lesen die Untertitel und verstehen so die TV-Inhalte. Lediglich 24% geben an, die Inhalte über den Sehsinn zu erfassen. Nachdem der Sehsinn ihr wichtigster Sinn ist, verwundert dieses Ergebnis. Interessanterweise geben gleich viele Proband/innen an, die Inhalte über Dolmetscher/innen zu verstehen. Da im staatlichen Fernsehen in Österreich lediglich die Nachrichten verdolmetscht werden, müssen wohl diese damit gemeint sein.

Abb. 67 Exp. C: Erschließung der TV-Inhalte*

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
TV Erschließung	Sehen (keine UT)	6	15,4%	24,0%
	Lesen (UT)	24	61,5%	96,0%
	Hören (Ton)	3	7,7%	12,0%
	Dolmetscher	6	15,4%	24,0%
Gesamt		39	100,0%	156,0%

*N=25/ Wien/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Ausprägung der Unterhaltungsfaktoren

Die Ausprägung der Unterhaltungsfaktoren der C-Reihe bringt vor allem im Vergleich zur Kontrollgruppe spannende Ergebnisse. Da die Gruppen nicht gleich groß waren und die kritische Masse von 30 Proband/innen nicht erreicht hatten, wird ein nicht parametrischer Test zum Vergleich herangezogen: der Mann-Whitney-Test.

Abb. 68 Exp. C: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich

	Hörstatus	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Emotionalität	hörbeeinträchtigt	25	17,90	447,50
	hörend	9	16,39	147,50
	gesamt	34		
Orientierung	hörbeeinträchtigt	25	19,36	484,00
	hörend	9	12,33	111,00
	gesamt	34		
Ausgleich	hörbeeinträchtigt	25	18,26	456,50
	hörend	9	15,39	138,50
	gesamt	34		
Zeitvertreib	hörbeeinträchtigt	25	18,56	464,00
	hörend	9	14,56	131,00
	gesamt	34		
Soziales Erleben	hörbeeinträchtigt	25	20,16	504,00
	hörend	9	10,11	91,00
	gesamt	34		

Abb. 69 Exp. C: Statistik für Mann-Whitney-Test

	Emotionalität	Orientierung	Ausgleich	Zeitvertreib	Soziales Erleben
Mann-Whitney-U	102,500	66,000	93,500	86,000	46,000
Wilcoxon-W	147,500	111,000	138,500	131,000	91,000
Z	-,392	-1,819	-,749	-1,043	-2,608
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,695	,069	,454	,297	,009
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,701 ^a	,072 ^a	,465 ^a	,316 ^a	,008 ^a

Der Test zeigt, dass sich die Ausprägungen der Unterhaltungsfaktoren der beiden Gruppen unterscheiden. Allerdings handelt es sich nur bei einem um einen eindeutig signifikanten Unterschied: beim Faktor soziales Erleben. Auch der Faktor Orientierung weist einen tendenziellen Unterschied auf. Wäre die hörende Stichprobe größer, könnte wahrscheinlich auch hier ein klarer Unterschied festgestellt werden. Möchte man diese Unterschiede konkretisieren, empfiehlt es sich, einen Blick auf den gruppierten Median der Faktoren zu werfen (vgl. Abb. 70). Alle Faktoren sind bei den hörbeeinträchtigten Proband/innen etwas stärker ausgeprägt als bei den hörenden. Allerdings sind diese Unterschiede zum größten Teil zufallsbedingt. Der Faktor soziales Erleben hingegen nimmt bei den hörbeeinträchtigten Proband/innen einen signifikant wichtigeren Stellenwert ein als bei den hörenden. So liegt der gruppierte Median bei einem Wert von rund 60. Bei den Hörenden hingegen liegt er nur bei rund 25. Auch beim Faktor Orientierung liegen fast 12 Punkte zwischen den Medianen der beiden Gruppen.

Abb. 70 Exp. C: gruppiertes Median der Unterhaltungsfaktoren

Hörstatus	Emotionalität	Orientierung	Ausgleich	Zeitvertreib	Soziales Erleben
hörbeeinträchtigt	78,7500	65,6250	51,3889	65,4762	60,4167
hörend	76,6667	54,1667	40,6250	55,5556	25,0000
insgesamt	77,8571	61,3095	47,9167	62,5000	42,8571

Der Faktor soziales Erleben setzt sich aus vier Items zusammen, die für die hörbeeinträchtigten Testpersonen teilweise auf das Unterhaltungserleben zutreffen: Interaktion, allein, Zugehörigkeit und Vergleich.

Das bedeutet, dass die Charaktere in den Sendungen teilweise wie gute Freunde für die Testpersonen sind. Weiters wird ein ggf. vorhandenes Einsamkeitsempfinden durch das Unterhaltungserleben zum Teil minimiert, die Proband/innen fühlen sich nicht so allein. Im Gegenteil: Sie haben ansatzweise das Gefühl, irgendwo dazuzugehören. Auch soziale Vergleichsprozesse zählen zum Unterhaltungserleben

hörbeeinträchtigter Proband/innen. Im Rahmen der Rezeption unterhaltungsvermittelnder Formate können sie sehen, wie es anderen Leuten geht. Dies ist im Rahmen des Faktors soziales Erleben das einzige Item, das im selben Ausmaß auch auf die hörenden Proband/innen zutrifft. Die restlichen drei Items (Interaktion, allein, Zugehörigkeit) treffen auf sie ansonsten weniger bis gar nicht zu.

8.2.3) Zusammenfassung und Interpretation

Das Fernsehen scheint bei hörbeeinträchtigten Menschen ein sehr populäres Medium zu sein. Unter den älteren Proband/innen des Pretests geben rund 78% an, sehr gerne fernzusehen. In den Experimentalgruppen der C-Reihe sind es nur noch 52%, das sind aber immerhin noch 19 Prozentpunkte mehr als bei der hörenden Kontrollgruppe. Die Teilnehmer/innen des Pretests schauen weiters auch sehr häufig fern und nutzen dabei überwiegend die öffentlich-rechtlichen Sender.

Hinsichtlich der Erschließung der TV-Inhalte geben sowohl beim Pretest als auch bei den Experimentalgruppen der C-Reihe fast alle Proband/innen an, dass sie die Untertitel lesen. An zweiter Stelle liegt bereits der/die Dolmetscher/in. Die Wahrnehmung der Inhalte über den Sehsinn folgt beim Pretest erst an dritter Stelle und bei der Experimentalreihe C an zweiter Stelle – gemeinsam mit den Dolmetscher/innen.

Die Bedeutung der Untertitel wird mit diesem Ergebnis ganz klar untermauert. Sie sind aktuell die wichtigste Quelle zur Erschließung des Inhalts audiovisueller Produkte. Sie sind zu einer Institution geworden, an die sich die Nutzer/innen gewöhnt haben und in der sie sich zurechtfinden. Untertitel geben den Hörbeeinträchtigten die Sicherheit, audiovisuellen Produkten inhaltlich folgen zu können.

Weit abgeschlagen, aber immerhin an zweiter Stelle rangieren bereits die Dolmetscher/innen. Dies ist ein durchaus überraschendes Ergebnis, wenn man bedenkt, dass eigentlich nur Nachrichten verdolmetscht werden und der Sehsinn als bedeutendster Sinn gehörloser Menschen gilt. Vielmehr hätte man erwarten können, dass das Sehen die zweitwichtigste Quelle darstellt. Dies weist darauf hin, dass die wenigen zentroidal übersetzten Angebote in vollem Ausmaß genutzt werden und durchaus über das Potenzial verfügen, noch mehr Gehörlose anzusprechen. Um innerhalb der Zielgruppe dieselbe Bedeutung wie die Untertitel zu erlangen, muss das Angebot jedoch angepasst und eine gewisse Eingewöhnungsphase – ähnlich wie bei den Untertiteln vor 30 Jahren – eingeplant werden.

Im Hinblick auf die Unterhaltungsfaktoren wurden einige interessante Unterschiede beobachtet. Der ausgeprägteste Faktor ist bei allen Gruppen der Faktor Emotionalität. Dies ist nach Dehm absolut kennzeichnend für unterhaltungsfördernde

Formate (vgl. Dehm 2003: 430) und war daher zu erwarten. Bei den hörbeeinträchtigten Proband/innen sind jedoch auch die Faktoren soziales Erleben und Orientierung relativ stark ausgebildet. Bei beiden ist sogar ein signifikanter bzw. tendenzieller Unterschied zur Kontrollgruppe (C-Reihe) festzustellen. Für Gehörlose ist das Unterhaltungserleben demnach nicht nur von Emotionen, wie Spaß, Spannung und Entspannung, geprägt, sondern teilweise auch von dem Gefühl, Freunde zu haben, nicht allein zu sein und irgendwo dazuzugehören. Weiters hilft es ihnen, sich zu orientieren. Das bedeutet, dass sie im Rahmen der Rezeption unterhaltungsfördernder Formate verstärkt neue Informationen erhalten, lernen, Dinge erfahren, über die sie nachdenken, sich unterhalten und eine eigene Meinung bilden können. Zwar trifft dies auch auf hörende Zuschauer/innen zu, allerdings in einem geringeren Ausmaß als auf Gehörlose. Die Ergebnisse der hörenden Kontrollgruppe entsprechen ungefähr den Ergebnissen von Dehm. Das bedeutet, dass die Prozentsätze der einzelnen Faktoren zwar nicht identisch, die Rangfolge in groben Zügen jedoch gleich ist. Bei einer Ausweitung der Stichprobe würden sich die Ergebnisse aller Voraussicht nach zusehends angleichen.

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass audiovisuell vermittelte Unterhaltung bei hörbeeinträchtigten Menschen einen wesentlich höheren Stellenwert einnimmt als bei hörenden. Sie erfüllt Funktionen, die vor allem für diese Gruppe von essenzieller Bedeutung sind, da sie ohnehin ständig mit Problemen, wie gesellschaftlicher Ausgrenzung und Benachteiligung, zu kämpfen haben.

8.3) Unterhaltungserleben mit Untertiteln

Im Folgenden werden die Ausprägungen des Fröh'schen Unterhaltungsindex (UIX) für die Untertitel-Gruppen der jeweiligen Reihen dargestellt. Da im Rahmen der einzelnen Experimentalreihen meistens eine Gruppe die kritische Masse von 30 Proband/innen nicht erreicht hat, werden die Voraussetzungen für einen parametrischen Mittelwertvergleich, wie z.B. den T-Test, nicht erfüllt. Daher werden nicht parametrische statistische Verfahren angewandt, wie z.B. der Mann-Whitney-Test.

Zusätzlich zum Unterhaltungserleben wurden auch Fragen zur Qualität der Untertitel gestellt, deren Ergebnisse ebenfalls präsentiert werden.

8.3.1) Pretest

Der Fröh'sche Unterhaltungsindex konnte aufgrund fehlender Werte für nur 12 der insgesamt 36 Teilnehmer/innen des Pretests berechnet werden. Die Minimum-Ausprägung liegt bei null, das Maximum hingegen bei einem Wert von 50. Der

Mittelwert liegt bei rund 21, wobei mit einer Standardabweichung von fast 18 Indexpunkten gerechnet werden muss.

8.3.2) Experimentalreihe A

Zur leichten Orientierung werden die relevanten Eckdaten dieser Reihe nochmals angeführt:

Stimulus: 1 Spielfilm

Ort: Wien

Haupttest UT: 30.01.2011
Filmhaus Kino
18 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen

Kontrollgruppe: 20.02.2011
Filmhaus Kino
21 hörende Teilnehmer/innen

Unterhaltungsindex der UT-Gruppe im Vergleich zur Kontrollgruppe

Das Unterhaltungserleben der UT-Gruppe ist etwas stärker ausgeprägt als in der Kontrollgruppe. Dieser Unterschied darf jedoch lediglich als Tendenz gewertet werden. Es handelt sich nicht um einen signifikanten Unterschied. Die asymptotische Signifikanz liegt bei 0,094 und hat somit die magische Grenze von 0,05 bei Weitem überschritten (vgl. Abb. 72). Da sie jedoch noch unter 0,1 liegt, wird von einem tendenziellen Unterschied gesprochen. Das bedeutet, dass sich das Unterhaltungserleben gehörloser Personen bei der Rezeption von audiovisuellen Produkten, die mittels Untertitel zugänglich gemacht werden, tendenziell von dem hörender Personen unterscheidet.

Abb. 71 Exp. A, UT: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich

Stimulus		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
UIX	Film mit Ton	18	14,81	266,50
	Film mit UT	16	20,53	328,50
Gesamt		34		

Abb. 72 Exp. A, UT: Statistik für Mann-Whitney-Test

	UIX
Mann-Whitney-U	95,500
Wilcoxon-W	266,500
Z	-1,675
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,094
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,095 ^a

Betrachtet man den Median der beiden Gruppen, kann man erkennen, in welche Richtung diese Tendenz ausschlägt. Der gruppierte Median des Unterhaltungsindex (UIX) der Kontrollgruppe liegt bei rund 19, jener der hörbeeinträchtigten UT-Gruppe hingegen bei über 30 (vgl. Abb. 73).

Abb. 73 Exp. A, UT: gruppiert Median

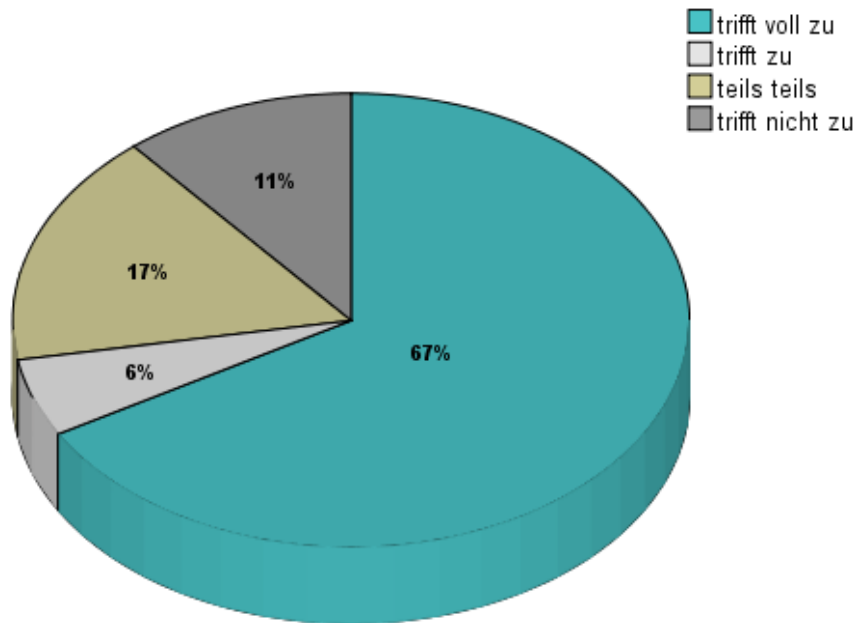
Stimulus	UIX
Film mit Ton	,1934
Film mit UT	,3063
Insgesamt	,2740

Demnach ist das Unterhaltungserleben der gehörlosen Proband/innen bei der Rezeption von Stimulus 1 mit Untertiteln tendenziell stärker ausgeprägt als bei den hörenden Proband/innen im Rahmen der Rezeption von Stimulus 1 mit Ton.

Qualität der Untertitel

Stimulus 1 wurde mit deutschen Untertiteln für Gehörlose vorgeführt. Die Qualität dieser Untertitel wird von den Proband/innen sehr positiv beurteilt. Rund 73% der Befragten geben an, dass es zutrifft bzw. voll zutrifft, dass sie die Untertitel gut verstehen (vgl. Abb. 74).

Abb. 74 Exp. A: Untertitel kann ich gut verstehen



*N=18/ Stimulus 1/ Wien/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Dennoch finden rund 56% jener, die eine gültige Antwort gegeben haben, dass die Untertitel zumindest teilweise zu kompliziert sind (vgl. Abb. 75).

Abb. 75 Exp. A: Untertitel sind oft zu kompliziert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft voll zu	2	11,1	12,5	12,5
	trifft zu	1	5,6	6,3	18,8
	teils teils	6	33,3	37,5	56,3
	trifft weniger zu	1	5,6	6,3	62,5
	trifft nicht zu	6	33,3	37,5	100,0
	gesamt	16	88,9	100,0	
Fehlend	K. A:	2	11,1		
Gesamt		18	100,0		

Ihre Erfassung bereitet aber nur einem Drittel der Proband/innen Probleme. Sie betonen, dass Untertitellesen anstrengend ist. Auf die restlichen zwei Drittel trifft dies eher nicht bzw. gar nicht zu (vgl. Abb. 76).

Abb. 76 Exp. A: Untertitellesen ist anstrengend

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig trifft voll zu	4	22,2	22,2	22,2
trifft zu	2	11,1	11,1	33,3
trifft weniger zu	3	16,7	16,7	50,0
trifft nicht zu	9	50,0	50,0	100,0
gesamt	18	100,0	100,0	

8.3.3) Experimentalreihe B

Auch für die Experimentalreihe B sollen die relevanten Eckdaten nochmals angeführt werden:

Stimulus: 1 Spielfilm

Ort: Dornbirn, Vorarlberg

Haupttest UT: 12.02.2011

Vorarlberger Landeszentrum für Hörgeschädigte (LZH)

22 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen

1 hörende/r Teilnehmer/in

Kontrollgruppe: 11.02.2011

Vorarlberger Landeszentrum für Hörgeschädigte (LZH)

28 hörende Teilnehmer/innen

1 hörbeeinträchtigte/r Teilnehmer/in

Unterhaltungsindex der UT-Gruppe im Vergleich zur Kontrollgruppe

Im Prinzip unterscheiden sich die Reihen A und B lediglich nach dem Ort der Erhebung. Während Experimentalreihe A in Wien durchgeführt wurde, also im Osten Österreichs, fand Experimentalreihe B in Vorarlberg statt, also im Westen Österreichs. Dadurch wird die Konzentration auf den Osten etwas aufgelockert.

Auch in Vorarlberg ist ein tendenzieller Unterschied im Unterhaltungserleben der hörbeeinträchtigten bzw. hörenden Proband/innen feststellbar. Die asymptotische Signifikanz ist ähnlich hoch wie in Wien und beläuft sich auf einen Wert von 0,09. Damit ist lediglich ein tendenzieller Unterschied, aber kein signifikanter vorhanden.

Abb. 77 Exp. B, UT: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich

Stimulus		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
UIX	Film mit Ton	24	23,67	568,00
	Film mit UT	17	17,24	293,00
Gesamt		41		

Abb. 78 Exp. B, UT: Statistik für Mann-Whitney-Test

	UIX
Mann-Whitney-U	140,000
Wilcoxon-W	293,000
Z	-1,694
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,090

Der gruppierte Median zeigt, dass die Tendenz jedoch – im Vergleich zu Wien – in die entgegengesetzte Richtung ausschlägt (vgl. Abb. 79). Das bedeutet, dass in Vorarlberg das Unterhaltungserleben der Kontrollgruppe tendenziell stärker ausgeprägt ist als bei der hörbeeinträchtigten UT-Gruppe. In Wien ist es genau umgekehrt.

Abb. 79 Exp. B, UT: gruppiertes Median

Stimulus	UIX
Film mit Ton	,3021
Film mit UT	,1891
Insgesamt	,2188

Qualität der Untertitel

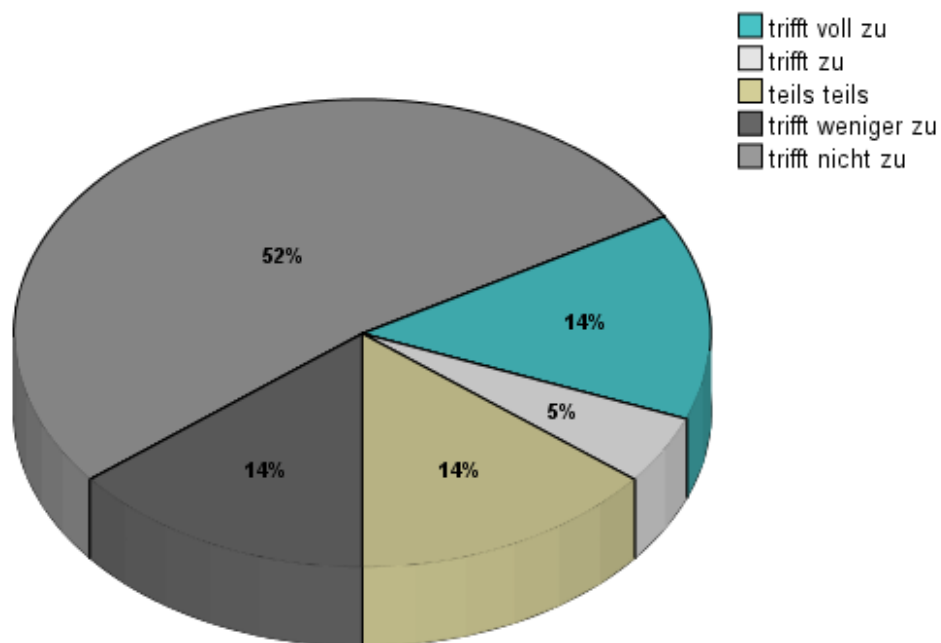
Auch in Vorarlberg wird die Qualität der Untertitel sehr hoch bewertet. So geben über 86% der Befragten an, dass sie die Untertitel gut verstehen. Niemand hat angegeben, dass dies weniger bzw. gar nicht zutrifft. Die restlichen 14% behaupten, dass sie die Untertitel nur teilweise gut verstehen.

Abb. 80 Exp. B: Untertitel kann ich gut verstehen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft voll zu	17	77,3	77,3	77,3
	trifft zu	2	9,1	9,1	86,4
	teils teils	3	13,6	13,6	100,0
	gesamt	22	100,0	100,0	

Knapp zwei Drittel der hörbeeinträchtigten Proband/innen finden nicht, dass die Untertitel zu kompliziert sind. Rund ein Fünftel sieht dies jedoch anders. Ungefähr 14% finden sie teilweise zu kompliziert (vgl. Abb. 81)

Abb. 81 Exp. B: Untertitel sind oft zu kompliziert*



*N=21/ Stimulus 1/ Vorarlberg/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Auch den Vorarlberger Gehörlosen bereitet die Rezeption von Untertiteln zur Erschließung eines Filmplots keine Mühe. So bestreiten fast 73%, dass es anstrengend ist, Untertitel zu lesen. Auf nur 9% der Befragten trifft dies dagegen zu.

Abb. 82 Exp. B: Untertitellesen ist anstrengend

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig trifft voll zu	1	4,5	4,5	4,5
trifft zu	1	4,5	4,5	9,1
teils teils	4	18,2	18,2	27,3
trifft weniger zu	2	9,1	9,1	36,4
trifft nicht zu	14	63,6	63,6	100,0
Gesamt	22	100,0	100,0	

8.3.4) Experimentalreihe C

Auch bei Experimentalreihe C sollen die relevanten Eckdaten nochmals angeführt werden:

Stimulus: 2 Krimiserie

Ort: Wien

Haupttest UT: 15.12.2010
Wiener Taubstummten-Fürsorgeverband (WITAF)
11 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen
2 hörende Teilnehmer/innen

Kontrollgruppe: 18.01.2011
Universität Wien, IPKW
9 hörende Teilnehmer/innen

Unterhaltungsindex der UT-Gruppe im Vergleich zur Kontrollgruppe

Das Unterhaltungserleben, das die Serie den gehörlosen Proband/innen mithilfe von Untertiteln vermittelt hat, unterscheidet sich tendenziell von dem der hörenden Proband/innen. Die asymptotische Signifikanz liegt bei 0,054, womit sie das Signifikanzniveau von 0,05 um lediglich 0,004 Punkte übersteigt. Der Unterschied ist demnach nicht signifikant, die Tendenz jedoch stark ausgeprägt. Es ist davon auszugehen, dass bei einer größeren Stichprobe das Signifikanzniveau erreicht worden wäre. Die Frage ist jedoch, zu welchen Gunsten dieser tendenzielle Unterschied ausfällt?

Abb. 83 Exp. C, UT: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich

Stimulus		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
UIX	Serie mit Ton	9	11,22	101,00
	Serie mit UT	8	6,50	52,00
	Gesamt	17		

Abb. 84 Exp. C, UT: Statistik für Mann-Whitney-Test

	UIX
Mann-Whitney-U	16,000
Wilcoxon-W	52,000
Z	-1,925
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,054
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,059 ^a

Abermals werfen wir einen Blick auf den gruppierten Median. Bei der Serie mit Ton, die den hörenden Proband/innen vorgeführt wurde, liegt er bei knapp 58. Bei der Serie mit Untertiteln, die den hörbeeinträchtigten Proband/innen gezeigt wurde, wird ein Wert von knapp 28 erreicht. Damit trennen die beiden Quantile rund 30 Punkte. Dieser tendenzielle Unterschied, der zugunsten der hörenden Testpersonen ausfällt, entspricht in groben Zügen auch den Ergebnissen der UT-Gruppe der Experimentalreihe B und kann keineswegs als zufallsbedingt betrachtet werden.

Abb. 85 Exp. C, UT: gruppiertes Median

Stimulus	UIX
Serie mit Ton	,5750
Serie mit UT	,2789
Insgesamt	,3208

Qualität der Untertitel

Es ist zu erwarten, dass sich der niedrige Unterhaltungsindex in den Ergebnissen zur Qualität der Untertitel widerspiegelt. Dies trifft jedoch nur partiell zu. Während fast 92% der Befragten betonen, dass sie die Untertitel gut verstehen (vgl. Abb. 86), gibt ziemlich genau ein Drittel zu, dass sie oft zu kompliziert sind (vgl. Abb. 87).

Abb. 86 Exp. C: Untertitel kann ich gut verstehen

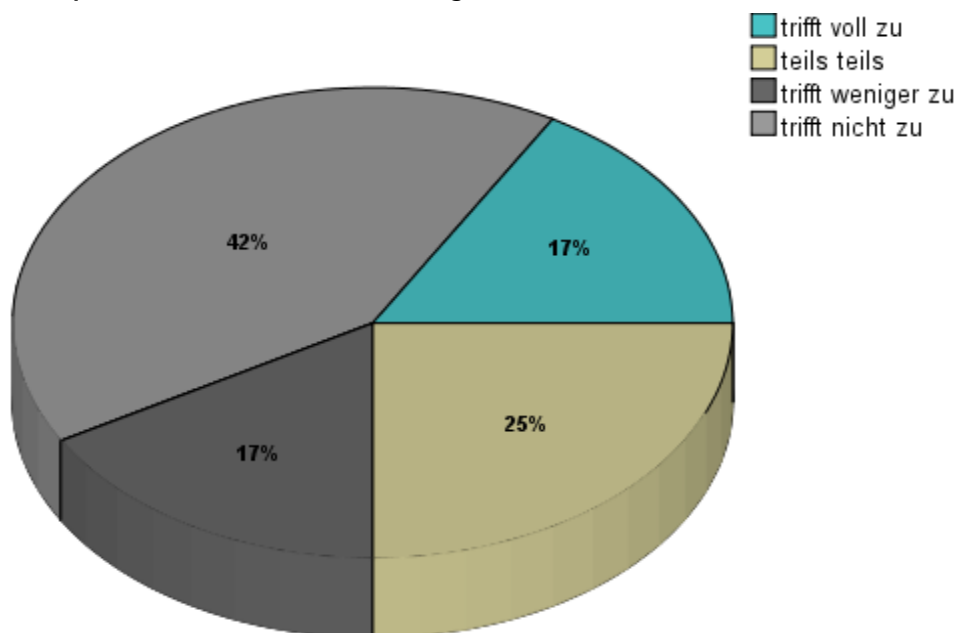
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft voll zu	9	75,0	75,0	75,0
	trifft zu	2	16,7	16,7	91,7
	teils teils	1	8,3	8,3	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

Abb. 87 Exp. C: Untertitel sind oft zu kompliziert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft voll zu	2	16,7	16,7	16,7
	trifft zu	2	16,7	16,7	33,3
	teils teils	3	25,0	25,0	58,3
	trifft weniger zu	3	25,0	25,0	83,3
	trifft nicht zu	2	16,7	16,7	100,0
	Gesamt	12	100,0	100,0	

Dennoch bedeutet für die Proband/innen das Lesen der Untertitel keine besondere Anstrengung. Rund 42% geben an, dass Untertitellesen nicht anstrengend sei. Allerdings sind es genauso viele, die finden, dass es zumindest teilweise Mühe koste, die Untertitel zu erfassen (vgl. Abb. 88).

Abb. 88 Exp. C: Untertitellesen ist anstrengend*



*N=12/ Stimulus 2/ Wien/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

8.3.5) Zusammenfassung und Interpretation

Das Unterhaltungserleben gehörloser Personen, das durch untertitelte audiovisuelle Medien vermittelt wird, unterscheidet sich nicht signifikant von jenem hörender Zuschauer/innen. In den einzelnen Gruppen ist zwar ein tendenzieller Unterschied feststellbar. Nachdem dieser jedoch zu beiden Seiten ausschlägt, hebt er sich in der Gesamtanalyse wieder auf.

Im Rahmen der statistischen Gesamtanalyse werden die Daten der Gruppen zusammengeführt. Die Unterscheidung nach Stimulus, also nach Film und Serie, fällt damit weg. Es gibt nur noch zwei Kategorien: den Stimulus mit Ton und den Stimulus mit Untertiteln. Die Stichprobe überschreitet damit die kritische Masse von 30 Proband/innen (vgl. Abb. 89). Eine Überprüfung (Kolmogorov-Smirnov-Test) der Variable UX ergibt weiters, dass sie normal verteilt ist. Somit werden die zwei Voraussetzungen für einen parametrischen Mittelwertvergleich erfüllt.

Abb. 89 Gruppenstatistik UT & Ton

dreidimensional		N	Mittelwert	Standard-abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
UX	Stimulus mit Ton	51	,3022	,20014	,02803
	Stimulus mit UT	41	,2506	,12130	,01894

Der T-Test bestätigt, was bereits vermutet wurde. Auch in der Gesamtanalyse ist kein signifikanter Unterschied feststellbar. Selbst ein tendenzieller Unterschied kann nicht mehr abgeleitet werden (vgl. Abb. 90).

Abb. 90 UT vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab. I

		T-Test für die Mittelwertgleichheit			
		T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz
UX	Varianzen sind gleich	1,450	90	,151	,05160
	Varianzen sind nicht gleich	1,526	84,165	,131	,05160

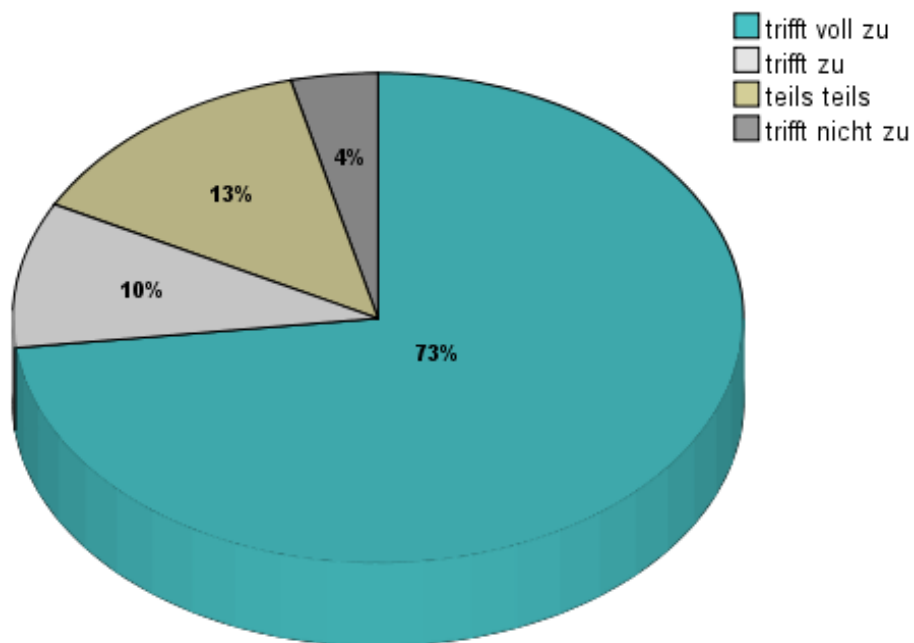
Abb. 91 UT vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab. II

		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
			Untere	Obere
UX	Varianzen sind gleich	,03559	-,01911	,12231
	Varianzen sind nicht gleich	,03383	-,01566	,11887

Nachdem das Unterhaltungserleben, das den Gehörlosen mit Untertiteln vermittelt wird, vergleichbar ist mit dem des hörenden Publikums, ist davon auszugehen, dass die Qualität der Untertitel zufriedenstellend ist.

Insgesamt geben 83% der Befragten an, dass sie Untertitel gut verstehen. Lediglich auf 4% trifft dies nicht zu (vgl. Abb. 92).

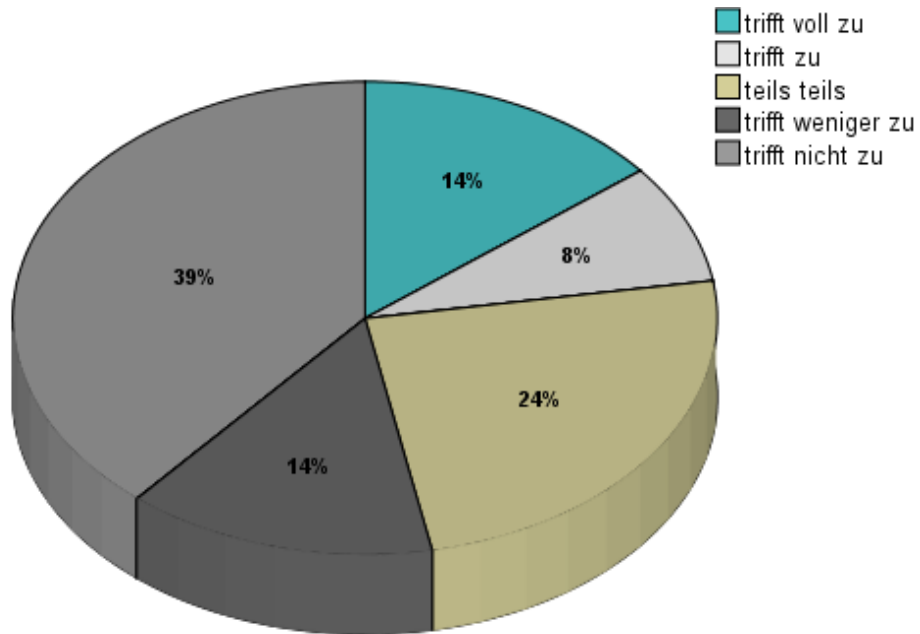
Abb. 92 Gesamtauswertung: Untertitel kann ich gut verstehen*



*N=52/ Stimuli 1 & 2/ Wien & Vorarlberg/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Die überaus positive Bewertung der Verständlichkeit der Untertitel steht jedoch im Widerspruch zur Bewertung ihrer Komplexität. Während nur ein geringer Prozentsatz angibt, dass die Untertitel schwer verständlich seien, betont über ein Fünftel der Befragten, dass sie oft zu kompliziert wären. Knapp ein Viertel findet sie teilweise zu komplex (vgl. Abb. 93).

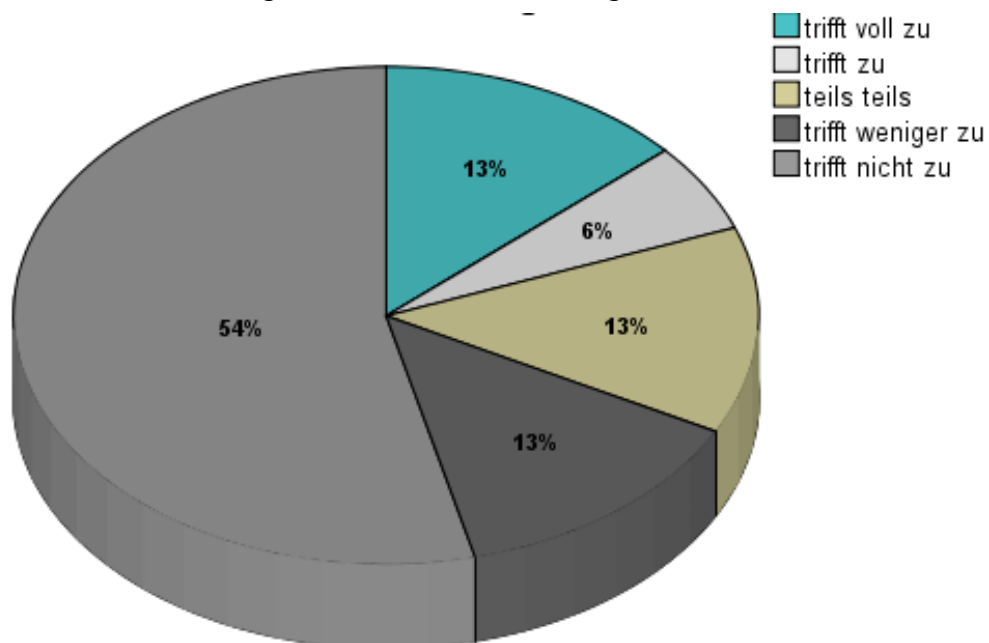
Abb. 93 Gesamtauswertung: Untertitel sind oft zu kompliziert*



*N=49/ Stimuli 1 & 2/ Wien & Vorarlberg/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Dennoch scheint es die Proband/innen nur wenig Mühe zu kosten, den Untertiteln zu folgen. Fast zwei Drittel finden das Lesen von Untertiteln nicht bzw. weniger anstrengend. Ungefähr ein Fünftel ist jedoch gegenteiliger Ansicht. Rund 13% finden es teilweise anstrengend (vgl. Abb. 94)

Abb. 94 Gesamtauswertung: Untertitellesen ist anstrengend*



*N=52/ Stimuli 1 & 2/ Wien & Vorarlberg/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Wenn das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Personen mit Untertiteln gleich stark ausgeprägt ist wie bei hörenden mit Ton, dann kann keineswegs von einem benachteiligten Zugang die Rede sein. Demnach ist es legitim und richtig, dass die öffentlich-rechtlichen Sender, so auch der ORF, für die hörbeeinträchtigten Zuschauer/innen ihre unterhaltungsfördernden Programme mittels Untertitel zugänglich machen. Das reicht aber nicht aus, um von einem gleichberechtigten Zugang sprechen zu können. Dafür müssen alle, also 100% der unterhaltungsfördernden Formate, auf diese Weise bereitgestellt werden.

Mit den Untertiteln selbst scheinen die hörbeeinträchtigten Zuschauer/innen recht zufrieden zu sein. Obwohl ihre Entschlüsselung die Aufmerksamkeit stark bindet, scheinen sie das Unterhaltungserleben nicht negativ zu beeinflussen. Dies könnte von einem einfachen Gewöhnungseffekt herrühren: Die gehörlosen Rezipienten kennen keine andere Form der Tonsubstitution, zumindest nicht bei unterhaltungsfördernden Programmen. Sie haben sich bereits derart daran gewöhnt, dass alles andere auf sie fremd und bedrohlich wirkt.

8.4) Unterhaltungserleben mit GS-Einblendungen

Untertitel sind nicht die einzige Form der Tonsubstitution für gehörlose Zuschauer/innen. Eine weitere Möglichkeit besteht im Einblenden von Gebärdensprach-Dolmetscher/innen. Wie sich diese Einblendungen auf das Unterhaltungserleben auswirken, wurde in den DLE-Gruppen der einzelnen Reihen untersucht. Auf den folgenden Seiten werden die Ergebnisse dazu präsentiert.

Auch bei diesen Gruppen werden die Voraussetzungen für einen parametrischen Mittelwertvergleich, wie z.B. den T-Test, nicht erfüllt. Daher werden nicht parametrische statistische Verfahren angewandt.

Zusätzlich zum Unterhaltungserleben wurden Fragen zur Qualität der Einblendungen integriert, deren Ergebnisse ebenfalls dargestellt werden.

8.4.1) Experimentalreihe A

Experimentalreihe A enthält im Gegensatz zu den beiden anderen Reihen noch keine Fragen zur Qualität der Dolmetsch-Einblendungen. Diese wurden erst nach der Erhebung am 01.12.2010 beigefügt. Zur Erinnerung sollen die relevanten Eckdaten der A-Reihe nochmals erwähnt werden:

Stimulus: 1 Spielfilm

Ort: Wien

Haupttest DLE: 01.12.2010

Filmhaus Kino
 30 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen
 12 hörende Teilnehmer/innen
 3 Teilnehmer/innen ohne Angabe des Hörstatus
 Kontrollgruppe: 20.02.2011
 Filmhaus Kino
 21 hörende Teilnehmer/innen

Unterhaltungsindex der DLE-Gruppe im Vergleich zur Kontrollgruppe

Das Unterhaltungserleben der beiden Gruppen unterscheidet sich in signifikantem Ausmaß. Das bedeutet, dass sich das Unterhaltungserleben der gehörlosen Zuschauer/innen signifikant anders gestaltet als das der hörenden Rezipient/innen. Mit einer asymptotischen Signifikanz von 0,003 kann man sogar von einem hochsignifikanten Ergebnis sprechen (vgl. Abb. 96).

Abb. 95 Exp. A, DLE: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich

Stimulus		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
UIX	Film mit Ton	17	14,91	253,50
	Film mit DLE	26	26,63	692,50
	Gesamt	43		

Abb. 96 Exp. A, DLE: Statistik für Mann-Whitney-Test

	UIX
Mann-Whitney-U	100,500
Wilcoxon-W	253,500
Z	-2,996
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,003

Ein Blick auf den gruppierten Median genügt, um festzustellen, dass der Unterschied zugunsten der gehörlosen Zuschauer/innen, also des Stimulus mit den Dolmetsch-Einblendungen, ausfällt. Während der Film mit Ton bei den hörenden Testpersonen lediglich zu einem Unterhaltungswert von 33 führt, erreicht der Film mit Dolmetsch-Einblendungen bei den Gehörlosen einen Wert von über 44. Folglich steigern die Dolmetsch-Einblendungen das Unterhaltungserleben der gehörlosen Proband/innen.

Abb. 97 Exp. A, DLE: gruppierter Median

Stimulus	UIX
Film mit Ton	,3333
Film mit DLE	,4417
Insgesamt	,3708

8.4.2) Experimentalreihe B

Bei den Experimentalreihen A und B wurde der gleiche Stimulus verwendet: der österreichische Spielfilm. Allerdings gilt es, bei den Ergebnissen der B-Reihe zu berücksichtigen, dass die Erhebung aufgrund technischer Probleme bereits nach wenigen Minuten abgebrochen werden musste. Der dadurch entstandene Frust spiegelt sich in den Ergebnissen natürlich wider. Sie werden daher bei der Zusammenfassung und Interpretation der Daten nicht berücksichtigt.

Auch die relevanten Eckdaten der Experimentalreihe B werden nochmals angeführt:

Stimulus: 1 Spielfilm

Ort: Dornbirn, Vorarlberg

Haupttest DLE: 12.02.2011
Vorarlberger Landeszentrum für Hörgeschädigte (LZH)
17 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen

Kontrollgruppe: 11.02.2011
Vorarlberger Landeszentrum für Hörgeschädigte (LZH)
28 hörende Teilnehmer/innen
1 hörbeeinträchtigte/r Teilnehmer/in

Unterhaltungsindex der DLE-Gruppe im Vergleich zur Kontrollgruppe

Der Unterhaltungsindex der beiden Gruppen weist keinen signifikanten Unterschied auf. Die asymptotische Signifikanz liegt bei 0,434 und übersteigt das Signifikanzniveau von 0,05 damit bei Weitem (vgl. Abb. 99). Es ist demnach auch kein tendenzieller Unterschied ersichtlich, obwohl sich die Mediane der beiden Gruppen um knapp 12 Punkte unterscheiden (vgl. Abb. 100).

Abb. 98 Exp. B, DLE: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich

Stimulus		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
UIX	Film mit Ton	24	18,92	454,00
	Film mit DLE	11	16,00	176,00
Gesamt		35		

Abb. 99 Exp. B, DLE: Statistik für Mann-Whitney-Test

	UIX
Mann-Whitney-U	110,000
Wilcoxon-W	176,000
Z	-,782
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,434
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,451 ^a

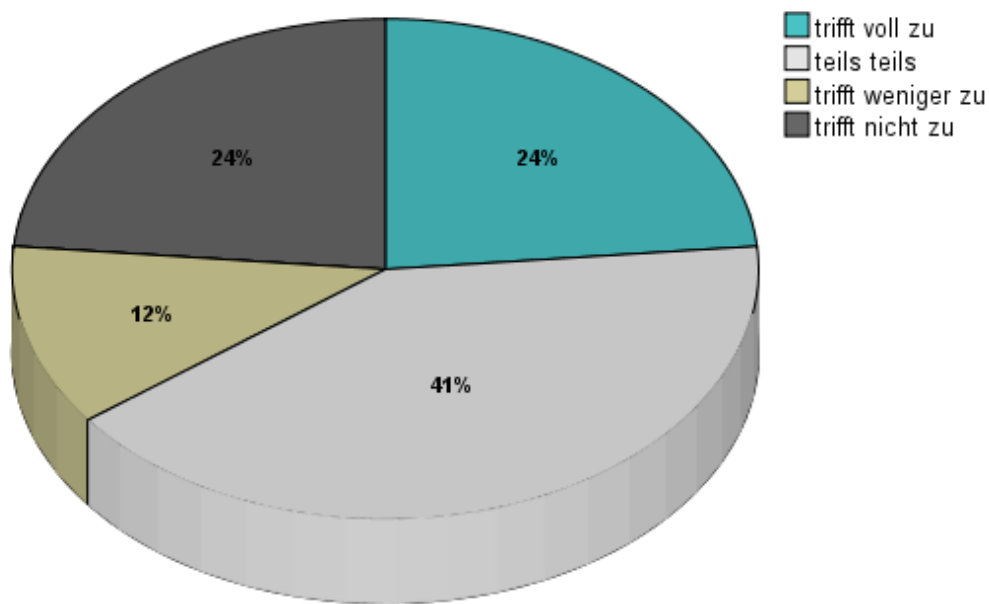
Abb. 100 Exp. B, DLE: gruppierter Median

Stimulus	UIX
Film mit Ton	,3021
Film mit DLE	,1891
Insgesamt	,2500

Qualität der Dolmetsch-Einblendungen

Die Qualität der Dolmetsch-Einblendungen wird mittelmäßig eingestuft. Knapp ein Viertel der gehörlosen Testpersonen gibt an, dass sie die ÖGS-Dolmetscher/innen sehr gut verstehen. Auf ebenso viele trifft dies jedoch nicht zu. Der Rest bewegt sich im Mittelfeld und gibt an, die Dolmetscher/innen teilweise gut bzw. weniger gut zu verstehen (vgl. Abb. 101).

Abb. 101 Exp. B: Ich verstehe die ÖGS Dolmetscher/innen sehr gut*



N=17/ Stimulus 1/ Vorarlberg/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Das durchgezogene Ergebnis hinsichtlich der Verständlichkeit setzt sich bei der Frage nach der Komplexität der Einblendungen fort. So geben rund 57% an, dass die Verdolmetschung zu kompliziert ist. Knapp 36% empfinden sie nur teilweise zu kompliziert. Auf nur 7% trifft diese Aussage weniger zu (vgl. Abb. 102).

Abb. 102 Exp. B: Die Verdolmetschung ist zu kompliziert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft voll zu	8	17,8	57,1	57,1
	teils teils	5	11,1	35,7	92,9
	trifft weniger zu	1	2,2	7,1	100,0
	gesamt	14	31,1	100,0	
Fehlend	K. A:	31	68,9		
Gesamt		45	100,0		

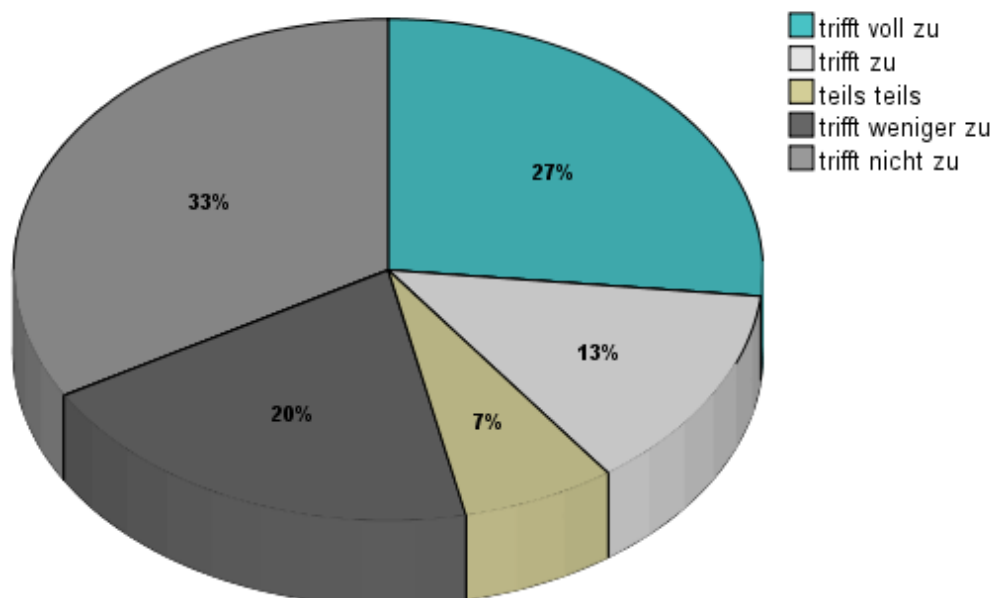
Nachdem die Komplexität relativ hoch bewertet wird, ist es nicht weiter verwunderlich, dass es die Proband/innen viel Mühe kostet, den Einblendungen zu folgen. Rund 60% betonen, dass es anstrengend ist, den Dolmetscher/innen zuzuschauen. Rund ein Fünftel der Testpersonen empfindet dies nur teilweise so und ein weiteres Fünftel stimmt dem nicht zu (vgl. Abb. 103).

Abb. 103 Exp. B: Den Dolmetscher/innen zuzuschauen, ist sehr anstrengend

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft voll zu	7	15,6	46,7	46,7
	trifft zu	2	4,4	13,3	60,0
	teils teils	3	6,7	20,0	80,0
	trifft weniger zu	1	2,2	6,7	86,7
	trifft nicht zu	2	4,4	13,3	100,0
	Gesamt	15	33,3	100,0	
Fehlend	K. A:	30	66,7		
Gesamt		45	100,0		

Dementsprechend finden die Proband/innen auch wenig Gefallen an der Verdolmetschung von Filmen. Rund ein Drittel hält es nicht für notwendig, Filme auf diese Weise zugänglich zu machen. Weitere 20% können sich weniger damit anfreunden, lehnen eine solche Aufbereitung jedoch nicht völlig ab. Der Prozentsatz der Befürworter ist um einiges geringer. So finden es insgesamt 40% sehr gut, wenn Filme verdolmetscht werden. Lediglich 7% bewegen sich im Mittelfeld und geben an, dass sie es nur teilweise gut finden (vgl. Abb. 104).

Abb. 104 Exp. B: Ich finde es sehr gut, wenn Filme verdolmetscht werden*



*N=15/ Stimulus 1/ Vorarlberg/ Testpersonen hörbbeeinträchtigt

Wie erwartet sind die Ergebnisse der DLE-Gruppe der Experimentalreihe B relativ ernüchternd. Sie stehen eindeutig im Widerspruch zu den Ergebnissen der A-Reihe, was wahrscheinlich auf den unerwarteten Abbruch der Erhebung zurückzuführen ist. Um valide Ergebnisse für diese Gruppe zu erhalten, müsste die Erhebung wiederholt werden. Dies war aufgrund des organisatorischen Aufwands und des geringen Vorkommens freiwilliger gehörloser Teilnehmer/innen leider nicht möglich.

8.4.3) Experimentalreihe C

Zur leichten Orientierung werden die relevanten Eckdaten dieser Reihe nochmals angeführt:

Stimulus: 2 Krimiserie

Ort: Wien

Haupttest DLE: 04.02.2011
 Wiener Taubstummen-Fürsorgeverband (WITAF)
 13 gehörlose bzw. hörbeeinträchtigte Teilnehmer/innen
 1 hörende/r Teilnehmer/in

Kontrollgruppe: 18.01.2011
 Universität Wien, IPKW
 9 hörende Teilnehmer/innen

Unterhaltungsindex der DLE-Gruppe im Vergleich zur Kontrollgruppe

Das Unterhaltungserleben der beiden Gruppen unterscheidet sich signifikant voneinander. Die asymptotische Signifikanz beläuft sich auf 0,004, weshalb das Ergebnis sogar als hochsignifikant bezeichnet werden kann.

Abb. 105 Exp. C, DLE: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich

Stimulus		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
UIX	Serie mit Ton	9	15,56	140,00
	Serie mit DLE	12	7,58	91,00
	Gesamt	21		

Abb. 106 Exp. C, DLE: Statistik für Mann-Whitney-Test

	UIX
Mann-Whitney-U	13,000
Wilcoxon-W	91,000
Z	-2,918
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,004
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,002 ^a

Betrachtet man den Median der beiden Gruppen, so kann man erkennen, zu wessen Vorteil der Unterschied ausfällt: Es handelt sich dabei eindeutig um die hörende Kontrollgruppe. Über 50 Punkte trennen diese von dem Wert der hörbeeinträchtigten Gruppe. Das Unterhaltungserleben, das die Serie mit den Dolmetsch-Einblendungen den gehörlosen Proband/innen vermittelt, ist mit einem Wert von rund 6 kaum wahrnehmbar. Die hörende Kontrollgruppe hingegen erreicht mit einem Median von 58 einen sehr hohen Wert (vgl. Abb. 107).

Abb. 107 Exp. C, DLE: gruppierter Median

Stimulus	UIX
Serie mit Ton	,5750
Serie mit DLE	,0576
Insgesamt	,1333

Dieses Ergebnis weicht wesentlich von den Resultaten der Experimentalreihe A ab. Die Dolmetsch-Einblendungen der beiden Stimuli (Film, Serie) wurden von verschiedenen Unternehmen nach verschiedenen, internen Maßgaben produziert. Sie unterscheiden sich daher in ihrer Qualität, was anscheinend einen erheblichen Einfluss auf das Unterhaltungserleben nimmt.

Qualität der Dolmetsch-Einblendungen

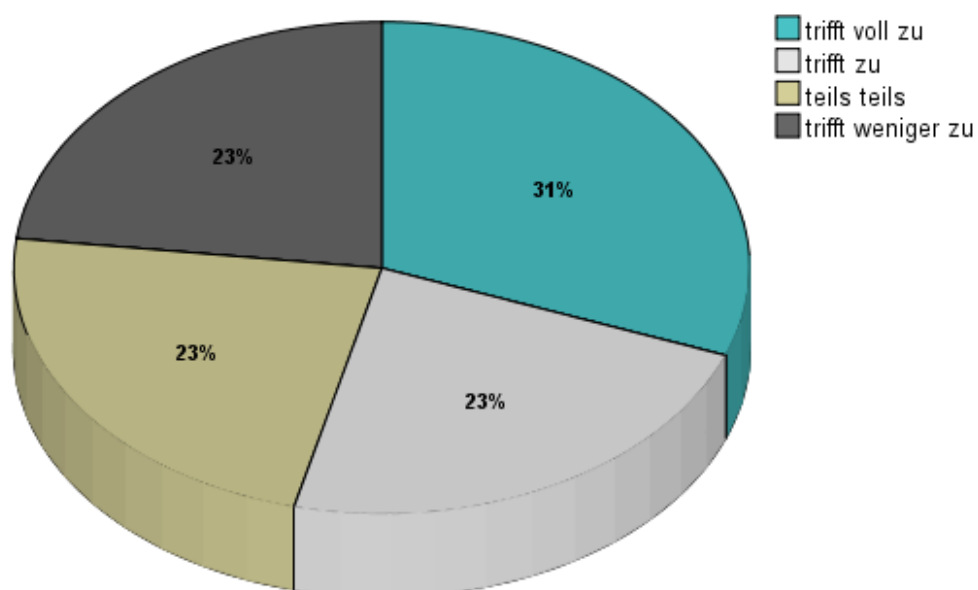
Die Qualität der Dolmetsch-Einblendungen überzeugt die hörbeeinträchtigten Proband/innen nicht besonders. Fast 70% geben an, dass sie die ÖGS-Dolmetscher/innen weniger bzw. nicht verstehen. Auf nur 23% trifft das Gegenteil zu. Sie verstehen die ÖGS-Dolmetscher/innen sehr gut. Analog dazu wird auch die Komplexität der ÖGS-Einblendungen relativ schlecht beurteilt.

Abb. 108 Exp. C: Ich verstehe die ÖGS Dolmetscher/innen sehr gut

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft voll zu	1	4,5	7,7	7,7
	trifft zu	2	9,1	15,4	23,1
	teils teils	1	4,5	7,7	30,8
	trifft weniger zu	3	13,6	23,1	53,8
	trifft nicht zu	6	27,3	46,2	100,0
	Gesamt	13	59,1	100,0	
Fehlend	K. A:	9	40,9		
Gesamt		22	100,0		

54% der hörbeeinträchtigten Testpersonen, also über die Hälfte, finden die Verdolmetschung zu kompliziert. Rund 23% sind gegenteiliger Ansicht. Ebenso viele finden die Einblendungen teilweise zu kompliziert (vgl. Abb. 109).

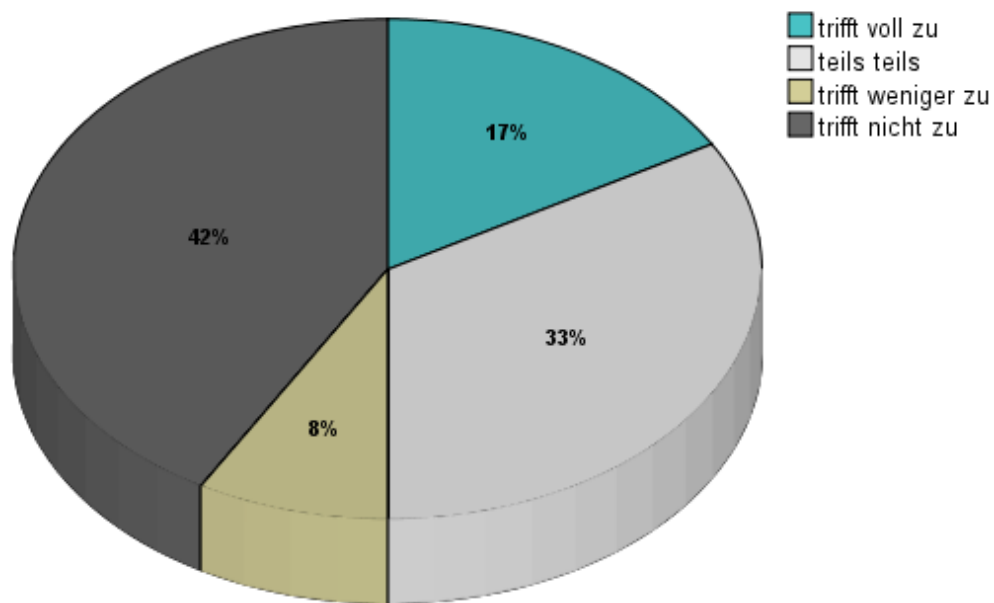
Abb. 109 Exp. C: Die Verdolmetschung ist zu kompliziert*



*N=13/ Stimulus 2/ Wien/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Allerdings empfinden es nur 17% als anstrengend, den Dolmetscher/innen zuzuschauen. Knapp 50% geben an, dass es sie kaum Mühe kostet den Einblendungen zu folgen. 8% empfinden es teilweise als anstrengend (vgl. Abb. 110).

Abb. 110 Exp. C: Den Dolmetscher/innen zuzuschauen, ist sehr anstrengend*



*N=12/ Stimulus 2/ Wien/ Testpersonen hörbeeinträchtigt

Obwohl die Testpersonen die ÖGS-Dolmetscher/innen nur schlecht verstehen, befürwortet die Mehrheit die Verdolmetschung von audiovisuellen Unterhaltungsprodukten. Fast 77% finden es sehr gut, wenn Filme verdolmetscht werden. Nur knapp 8% sind gegenteiliger Meinung (vgl. Abb. 111).

Abb. 111 Exp. C: Ich finde es sehr gut, wenn Filme verdolmetscht werden

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	trifft voll zu	8	36,4	61,5	61,5
	trifft zu	2	9,1	15,4	76,9
	teils teils	2	9,1	15,4	92,3
	trifft nicht zu	1	4,5	7,7	100,0
	gesamt	13	59,1	100,0	
Fehlend	K. A:	9	40,9		
Gesamt		22	100,0		

Obwohl das Unterhaltungserleben der hörbeeinträchtigten Testpersonen bei Experimentalreihe C ähnlich niedrig ist wie bei Experimentalreihe B und die Qualität der Einblendungen auch ähnlich schlecht beurteilt wird, scheinen die Befragten der C-Reihe Verdolmetschungen von Filmen und Serien durchaus zu befürworten. Diese

Erkenntnis unterstreicht die Annahme, dass die Werte der B-Reihe von dem hohen, durch den Abbruch bedingten Frustrationslevel negativ beeinflusst werden.

8.4.4) Zusammenfassung und Interpretation

Bei der Zusammenfassung der Daten fällt die Differenzierung in Film und Serie weg. Es wird nur noch zwischen Stimulus mit Ton und Stimulus mit Dolmetsch-Einblendung unterschieden. Weiters werden die Datensätze der DLE-Gruppe aus Vorarlberg (Exp. B) extrahiert, da sie aufgrund des Abbruchs keine validen Ergebnisse bringen. Dies gilt jedoch nicht für die Kontrollgruppe aus Vorarlberg. Ihre Daten werden bei der Auswertung berücksichtigt. Laut Gruppenstatistik haben damit 51 hörende Proband/innen einen Stimulus mit Ton und 38 hörbeeinträchtigte einen mit Dolmetsch-Einblendungen rezipiert.

Abb. 112 Gruppenstatistiken DLE & Ton

		N	Mittelwert	Standard- abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
UIX	Stimulus mit Ton	51	,3022	,20014	,02803
	Stimulus mit DLE	38	,3421	,21152	,03431

Nachdem die Variable UIX normal verteilt und N jeweils > 30 ist, kann ein parametrischer Mittelwertvergleich für unabhängige Stichproben durchgeführt werden. Dabei gilt es herauszufinden, ob sich das Unterhaltungserleben der Gehörlosen von dem der Hörenden unterscheidet.

Abb. 113 DLE vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab I

		Levene-Test der Varianzgleichheit	
		F	Signifikanz
UIX	Varianzen sind gleich	,267	,607
	Varianzen sind nicht gleich		

Abb. 114 DLE vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab II

		T-Test für die Mittelwertgleichheit			
		T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz
UIX	Varianzen sind gleich	-,909	87	,366	-,03996
	Varianzen sind nicht gleich	-,902	77,357	,370	-,03996

Abb. 115 DLE vs. Ton: T-Test bei unabhängigen Stichproben, Tab III

		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
			Untere	Obere
UIX	Varianzen sind gleich	,04394	-,12730	,04738
	Varianzen sind nicht gleich	,04430	-,12817	,04825

Der T-Test zeigt, dass sich das Unterhaltungserleben der beiden Gruppen nicht unterscheidet (vgl. Abb. 114). Demnach ist das Unterhaltungserleben gehörloser Proband/innen bei einem Stimulus mit Dolmetsch-Einblendungen gleich stark ausgeprägt wie bei den hörenden mit Ton. Dies ist insofern verwunderlich, da bei beiden Experimentalreihen (A, C) ein signifikanter Unterschied zur Kontrollgruppe festgestellt werden konnte, allerdings in jeweils entgegengesetzte Richtung. Daher hebt sich der Unterschied bei der Zusammenfassung der Daten wieder auf. Vergleicht man den Unterhaltungswert vom Film (mit DLE) mit dem der Serie (mit DLE), so ergibt sich eine hochsignifikante Ungleichheit, die diese These stützt.

Abb. 116 Film vs. Serie: DLE, Ränge im Vergleich

Stimulus	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
UIX Serie mit DLE	12	7,50	90,00
Film mit DLE	26	25,04	651,00
Gesamt	38		

Abb. 117 Film vs. Serie: DLE, Statistik für Mann-Whitney-Test

	UIX
Mann-Whitney-U	12,000
Wilcoxon-W	90,000
Z	-4,524
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,000 ^a

Der gruppierte Median veranschaulicht diese Ungleichheit. Das Unterhaltungserleben, das der Film mittels Dolmetsch-Einblendungen vermittelt, ist fast achtmal so hoch wie das der Serie mit Dolmetsch-Einblendungen (vgl. Abb. 118).

Abb. 118 Film vs. Serie: DLE, gruppierter Median

Stimulus	UIX
Serie mit DLE	,0576
Film mit DLE	,4417
Insgesamt	,3188

Dieser hochsignifikante Unterschied lässt sich nicht anhand persönlicher Präferenzen hinsichtlich der Stimulus-Auswahl erklären, sondern nur durch die unterschiedliche Gestaltung der Einblendungen. Demnach ist die Qualität der Einblendungen ein entscheidender Faktor im Hinblick auf die Ausprägung des Unterhaltungserlebens. Die hohe Qualität der Dolmetsch-Einblendungen beim Film hat wesentlich zu dem hochgradigen Unterhaltungserleben der hörbeeinträchtigten Proband/innen beigetragen.

Abschließend kann konstatiert werden, dass Dolmetsch-Einblendungen ein geeignetes Mittel sind, um unterhaltungsfördernde, audiovisuelle Produkte hörbeeinträchtigten Zuschauer/innen zugänglich zu machen. Die Unterhaltung, die sie dabei erleben, ist ungefähr gleich ausgeprägt wie bei hörenden Zuschauer/innen. Mit zunehmender Qualität der Einblendungen kann sie sogar gesteigert werden.

8.5) Unterhaltungserleben im Vergleich: UT vs. DLE

Bisher wurden die Unterhaltungswerte der verschiedenen Formen von Tonsubstitution einzeln behandelt und stets nur mit den Werten der Kontrollgruppen verglichen. Im Folgenden werden sie nun untereinander verglichen. Der Bezug zur Kontrollgruppe wird dabei jedoch nicht aufgegeben.

8.5.1) Stimulus 1: österreichischer Spielfilm

Nachdem die Kontrollgruppe ebenfalls in die Analyse integriert werden soll, kann ein klassischer Mittelwertvergleich, wie der T-Test, nicht durchgeführt werden. Dies ist nur mit zwei Variablen möglich. Im vorliegenden Fall sollen jedoch drei Variablen auf ihre Verschiedenheit geprüft werden. Es gilt herauszufinden, ob sich die drei unabhängigen Variablen (Film mit Ton, Film mit UT, Film mit DLE) in ihren Einflüssen auf die abhängige Variable (UIX) signifikant voneinander unterscheiden. Dazu wird eine univariate Varianzanalyse durchgeführt, auch ANOVA genannt.

Abb. 119 UIX Film: deskriptive Statistik, Tab. I

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler
Film mit Ton	42	,2632	,16177	,02496
Film mit UT	33	,2490	,12886	,02243
Film mit DLE	26	,4546	,13751	,02697
Gesamt	101	,3078	,16838	,01675

Abb. 120 UIX Film: deskriptive Statistik, Tab. II

	95%-Konfidenzintervall für den Mittelwert		Minimum	Maximum
	Untergrenze	Obergrenze		
Film mit Ton	,2128	,3136	,04	,71
Film mit UT	,2033	,2947	,04	,50
Film mit DLE	,3991	,5102	,16	,80
Gesamt	,2746	,3411	,04	,80

Abb. 121 UIX Film: ONEWAY ANOVA

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	,758	2	,379	17,891	,000
Innerhalb der Gruppen	2,077	98	,021		
Gesamt	2,835	100			

Die Varianzanalyse zeigt, dass ein hochsignifikanter Unterschied zwischen zwei oder mehr Gruppen besteht. Um herauszufinden, welche Gruppen davon betroffen sind, wird ein Mehrfachvergleich nach Scheffé durchgeführt.

Abb. 122 UIX Film: Scheffé-Prozedur, Tab. I

(I) Stimulus	(J) Stimulus	Mittlere Differenz (I-J)	Standardfehler	Signifikanz
Film mit Ton	Film mit UT	,01425	,03386	,915
	Film mit DLE	-,19143*	,03633	,000
Film mit UT	Film mit Ton	-,01425	,03386	,915
	Film mit DLE	-,20567*	,03818	,000
Film mit DLE	Film mit Ton	,19143*	,03633	,000
	Film mit UT	,20567*	,03818	,000

Abb. 123 UIX Film: Scheffé-Prozedur, Tab. II

(I) Stimulus	(J) Stimulus	95%-Konfidenzintervall	
		Untergrenze	Obergrenze
Film mit Ton	Film mit UT	-,0699	,0984
	Film mit DLE	-,2817	-,1011
Film mit UT	Film mit Ton	-,0984	,0699
	Film mit DLE	-,3006	-,1108
Film mit DLE	Film mit Ton	,1011	,2817
	Film mit UT	,1108	,3006

Der Scheffé-Test bringt ein überraschendes Ergebnis: Die Zielvariable UIX unterscheidet sich unter dem Einfluss der Variablen Film mit DLE signifikant von den beiden anderen Gruppen. Anhand des Mittelwerts kann man erkennen, ob es sich dabei um einen positiven oder einen negativen Unterschied handelt.

Der Mittelwert der Zielvariablen liegt bei der Gruppe Film mit DLE bei rund 45. Bei der Gruppe Film mit UT ist er um einiges niedriger und nimmt lediglich einen Wert von rund 25 ein. Ähnliches gilt für die Gruppe Film mit Ton, die sich mit einem Mittelwert von rund 26 begnügen muss. Es handelt sich also um einen eindeutig positiven Unterschied.

Demnach ist das Unterhaltungserleben der gehörlosen Proband/innen bei der Rezeption des österreichischen Spielfilms mit Dolmetsch-Einblendungen wesentlich stärker ausgeprägt wie bei der Rezeption desselben Films mit Untertiteln.

Bei genauerer Inspektion der Daten stellt man jedoch fest, dass nicht alle Voraussetzungen für eine univariate Varianzanalyse erfüllt werden. Bei der Gruppe Film mit DLE ist $N < 30$. Aus diesem Grund soll das Ergebnis durch einen nicht parametrischen Test abgesichert werden, den Kruskal-Wallis-Test.

Abb. 124 UIX Film: Kruskal-Wallis-Test, Ränge im Vergleich

Stimulus		N	Mittlerer Rang
UIX	Film mit Ton	42	42,67
	Film mit UT	33	41,47
	Film mit DLE	26	76,56
	Gesamt	101	

Abb. 125 UIX Film: Statistik für Kruskal-Wallis-Test

	UIX
Chi-Quadrat	26,680
df	2
Asymptotische Signifikanz	,000

Der Kruskal-Wallis-Test bestätigt das Ergebnis der univariaten Varianzanalyse. Es besteht ein hochsignifikanter Unterschied zwischen den Gruppen (vgl. Abb. 125).

Abb. 126 UIX Film: gruppierter Median

Stimulus	UIX
Film mit Ton	,2333
Film mit UT	,2292
Film mit DLE	,4417
Insgesamt	,3094

Auch der gruppierte Median bestätigt, was der Mittelwert bereits vermuten ließ. Das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben der gehörlosen Testpersonen ist unter dem Einfluss der Dolmetsch-Einblendungen signifikant stärker ausgeprägt als unter dem Einfluss von Untertiteln (vgl. Abb. 126).

8.5.2) Stimulus 2: amerikanische Krimiserie

Bei Stimulus 2, der amerikanischen Krimiserie, ist von vornherein klar, dass die Voraussetzungen für eine univariate Varianzanalyse nicht gegeben sind. Daher wird ein nicht parametrischer Mehrfachvergleich durchgeführt.

Abb. 127 UIX Serie: Kruskal-Wallis-Test, Ränge im Vergleich

Stimulus	N	Mittlerer Rang
UIX Serie mit Ton	9	21,78
Serie mit UT	8	16,88
Serie mit DLE	12	8,67
Gesamt	29	

Abb. 128 UIX Serie: Statistik für Kruskal-Wallis-Test

	UIX
Chi-Quadrat	12,742
df	2
Asymptotische Signifikanz	,002

Der Kruskal-Wallis-Test zeigt, dass ein hochsignifikanter Unterschied zwischen zwei oder mehr Gruppen besteht. Welche Gruppen dies jedoch sind, verrät der Test nicht. Auch der gruppierte Median bringt kein eindeutiges Ergebnis. Die Abstände zwischen den einzelnen Werten sind dafür zu ähnlich. Es kann zwar mit Sicherheit behauptet werden, dass es im Hinblick auf die Zielvariable UIX einen hochsignifikanten Unterschied zwischen der Serie mit Ton und der Serie mit DLE gibt (vgl. Abb. 129). Aber wie schaut es aus mit dem Unterschied zwischen der Serie mit DLE und der Serie mit UT?

Abb. 129 UIX Serie: gruppierter Median

Stimulus	UIX
Serie mit Ton	,5750
Serie mit UT	,2789
Serie mit DLE	,0576
Insgesamt	,2250

Zur Klärung dieses Zusammenhangs wird ein Mann-Whitney-Test herangezogen. Dieser beweist, dass auch zwischen der Serie mit DLE und der Serie mit UT ein hochsignifikanter Unterschied besteht.

Abb. 130 Serie UIX: Mann-Whitney-Test, Ränge im Vergleich

	Stimulus	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
UIX	Serie mit UT	8	14,88	119,00
	Serie mit DLE	12	7,58	91,00
	Gesamt	20		

Abb. 131 Serie UIX: Statistik für Mann-Whitney-Test

	UIX
Mann-Whitney-U	13,000
Wilcoxon-W	91,000
Z	-2,701
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,007
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,005 ^a

Demnach ist das Unterhaltungserleben der gehörlosen Proband/innen bei der Serie mit Dolmetsch-Einblendungen wesentlich geringer ausgeprägt als bei der Serie mit Untertiteln. Auch zwischen der Gruppe, die sich die Serie mit Untertiteln angesehen hat, und der Kontrollgruppe besteht ein tendenzieller Unterschied – zugunsten der Kontrollgruppe (vgl. 8.3.4).

8.5.3) Zusammenfassung und Interpretation

Tonsubstitution ist eine wesentliche Einflussgröße beim Unterhaltungserleben gehörloser Personen. Zwei Formen der Tonsubstitution wurden im Rahmen dieser Studie untersucht: Untertitel und Dolmetsch-Einblendungen. Sowohl beim Film als auch bei der Serie unterscheiden sich die Unterhaltungswerte dieser beiden Formen signifikant voneinander. Während beim Film die Dolmetsch-Einblendungen im Vergleich zu den Untertiteln signifikant bessere Ergebnisse bringen, ist es bei der Serie genau umgekehrt. Dort bringen die Untertitel signifikant bessere Ergebnisse als die Dolmetsch-Einblendungen. Nachdem die Einblendungen von unterschiedlicher Qualität sind, wird diese Divergenz darauf zurückgeführt. Nun stellt sich die Frage, ob sich die Unterschiede bei einer Zusammenführung der Daten aufheben oder nach wie vor erkennbar sind. Dazu werden eine univariate Varianzanalyse und ein Post-Hoc-Test (Scheffé-Prozedur) durchgeführt.

Abb. 132 UIX: deskriptive Statistiken, Tab. I

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler
Stimulus mit Ton	51	,3022	,20014	,02803
Stimulus mit UT	41	,2506	,12130	,01894
Stimulus mit DLE	38	,3421	,21152	,03431
Gesamt	130	,2976	,18497	,01622

Abb. 133 UIX: deskriptive Statistiken, Tab. II

	95%-Konfidenzintervall für den Mittelwert		Minimum	Maximum
	Untergrenze	Obergrenze		
Stimulus mit Ton	,2459	,3585	,00	,79
Stimulus mit UT	,2123	,2889	,04	,50
Stimulus mit DLE	,2726	,4117	,00	,80
Gesamt	,2655	,3297	,00	,80

Abb. 134 UIX: ONEWAY ANOVA

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	,167	2	,084	2,499	,086
Innerhalb der Gruppen	4,247	127	,033		
Gesamt	4,414	129			

Die Varianzanalyse bestätigt, dass es zwischen zwei oder mehr Gruppen einen tendenziellen Unterschied gibt (vgl. Abb. 134). Welche Gruppen davon betroffen sind, veranschaulicht der Scheffé-Test.

Abb. 135 UIX: Scheffé-Prozedur, Tab. I

(I) dreidimensional	(J) dreidimensional	Mittlere Differenz (I-J)	Standardfehler	Signifikanz
Stimulus mit Ton	Stimulus mit UT	,05160	,03836	,407
	Stimulus mit DLE	-,03996	,03919	,596
Stimulus mit UT	Stimulus mit Ton	-,05160	,03836	,407
	Stimulus mit DLE	-,09156	,04118	,088
Stimulus mit DLE	Stimulus mit Ton	,03996	,03919	,596
	Stimulus mit UT	,09156	,04118	,088

Abb. 136 UIX: Scheffé-Prozedur, Tab. II

		95%-Konfidenzintervall	
(I) dreidimensional	(J) dreidimensional	Untergrenze	Obergrenze
Stimulus mit Ton	Stimulus mit UT	-,0434	,1466
	Stimulus mit DLE	-,1370	,0571
Stimulus mit UT	Stimulus mit Ton	-,1466	,0434
	Stimulus mit DLE	-,1936	,0104
Stimulus mit DLE	Stimulus mit Ton	-,0571	,1370
	Stimulus mit UT	-,0104	,1936

Der tendenzielle Unterschied besteht zwischen dem Stimulus mit Dolmetsch-Einblendungen und dem Stimulus mit Untertiteln (vgl. Abb. 135). Die Mittelwerte belegen, dass dieser Unterschied zugunsten der Dolmetsch-Einblendungen ausfällt. Das bedeutet, dass das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Personen tendenziell stärker ausgeprägt ist, wenn der Ton mittels Dolmetsch-Einblendungen substituiert wird.

9) Fazit: Sinnliche Unterhaltung

Gehörlose Personen verfügen im Vergleich zum Rest der Bevölkerung über einen Sinn weniger, den Hörsinn. Damit ist ihr natürlicher Zugang zu audiovisuellen Medien und deren unterhaltungsfördernden Angeboten stark eingeschränkt. Die Rezeption dieser Angebote ist aber deswegen noch lange nicht sinnlos!

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird der Einfluss verschiedener Formen der Tonsubstitution auf das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Personen untersucht.

Generell steht eine schwere Hörbeeinträchtigung einer erfolgreichen Rezeption audiovisueller Produkte nicht im Weg, denn die Betroffenen verfügen häufig über zahlreiche visuell-kognitive Fähigkeiten, die den Rezeptionsprozess eher begünstigen. Dennoch können sie ohne Tonsubstitution den Level von hörenden Menschen nicht erreichen. Nur durch Tonsubstitution wird ein gleichwertiger Zugang zu audiovisuellen Medien gewährleistet. Untertitel und Dolmetsch-Einblendungen sind dabei die zwei gebräuchlichsten Formen. Doch welche der beiden Formen eignet sich besser zur Aufbereitung von unterhaltungsfördernden Programmen?

Dolmetsch-Einblendungen können zu einer wesentlichen Steigerung des Unterhaltungserlebens gehörloser Personen führen, unter der Voraussetzung, dass bei der Produktion gewisse Qualitätsstandards eingehalten werden. Trifft dies zu, erlebt die Zielgruppe die Unterhaltung viel intensiver als bei der Untertitelung desselben Stimulus. Dies rührt wahrscheinlich daher, dass durch die Gebärdensprache Emotionen besser vermittelt werden können. Wird auf tonaler Ebene, bspw. mittels eines Schussgeräuschs, Spannung erzeugt, so besteht bei der Untertitelung lediglich die Möglichkeit, diesen Schuss zu umschreiben (z.B. Peng) oder mit einem Symbol (z.B. Gewehr) anzudeuten. Beide Ansätze sind nicht unbedingt spannungsgeladen. Bei der zentroidalen Translation hingegen kann der/die Dolmetscher/in mit seiner/ihrer Mimik und Körperhaltung Emotionen erzeugen, die auf den/die Zuschauer/in überspringen. Wenn der/die Dolmetscher/in bspw. erschrickt, dann entsteht bei den involvierten Zuschauer/innen ein Gefühl der Anspannung. Sie fragen sich: Was war da? In Kombination mit der Einblendung eines Symbols (z.B. Gewehr) kann die Spannung weiter gesteigert werden.

Untertitel werden dadurch aber nicht sinnlos. Im Gegenteil: Sie ermöglichen den gehörlosen Rezipient/innen einen gleichwertigen Zugang zu audiovisuellen Unterhaltungsangeboten. Das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Rezipient/innen ist nämlich mit Untertiteln gleich stark ausgeprägt wie bei

hörenden mit Ton. Wahrscheinlich beruht dies darauf, dass sich die Gehörlosen bereits an die Untertitel gewöhnt haben. Das war aber nicht immer so: Bei der Einführung vor 30 Jahren war ihr Unmut darüber noch groß. Heute geben sie ihnen die Sicherheit, sämtliche Inhalte verstehen zu können.

Mit der Untertitelung von unterhaltungsfördernden Programmen schaffen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten demnach einen gleichwertigen Zugang zu diesen. Für sie besteht keine zwingende Notwendigkeit, in dieser Sparte mit Dolmetsch-Einblendungen zu arbeiten. Dolmetsch-Einblendungen verfügen zwar über das Potenzial, das Unterhaltungserleben weiter zu steigern, ob das jedoch die Aufgabe eines öffentlich-rechtlichen Unternehmens ist, sei dahingestellt. Für den privaten Sektor könnten sie jedoch von Interesse sein. Filme in Gebärdensprache zugänglich zu machen, kann sich auf einem großen Markt, wie z.B. den USA, durchaus rentieren. Auch der deutschsprachige Raum könnte bereits groß genug dafür sein. Allerdings existieren dort viele verschiedene GS-Dialekte, die es schwierig machen, einen Modus zu finden, den alle Gehörlosen gleichermaßen verstehen.

Dolmetsch-Einblendungen steigern das Unterhaltungserleben nur, wenn sie – wie anfangs erwähnt – qualitativ hochwertig produziert werden. In der vorliegenden Studie wurden zwei Formen von Dolmetsch-Einblendungen getestet: eine aufwendig produzierte, hochwertige Form und eine etwas einfachere Ausführung. Bei der einfacheren Ausführung wurde beobachtet, dass die Proband/innen Schwierigkeiten hatten, das Übersetzte den einzelnen Darsteller/innen zuzuordnen. Außerdem wurde bei der Produktion das Mann-Frau-Verhältnis nicht berücksichtigt, was zu weiteren Missverständnissen führte. Daraufhin war das Unterhaltungserleben der gehörlosen Testpersonen äußerst schwach ausgeprägt.

Schlecht produzierte Dolmetsch-Einblendungen sind demnach sinnlos, qualitativ hochwertige hingegen sinnvoll. Sie steigern das Unterhaltungserleben gehörloser Menschen und verhelfen ihnen so zu einer sinnlicheren Rezeption audiovisueller Stimuli.

9.1) Beantwortung der Forschungsfragen

Die 12 Forschungsfragen, die dieser Arbeit zugrunde liegen, wurden im Rahmen der theoretischen und praktischen Auseinandersetzung mit dem Thema allesamt beantwortet. Im Folgenden werden Sie noch einmal kurz zusammengefasst.

9.1.1) Forschungsfrage 1

Was zeichnet Unterhaltungserleben aus und wie entsteht es?

Kapitel 2) beschäftigt sich intensiv mit dieser Frage. Generell ist Unterhaltung ein Phänomen, das je nach Thema und Fokus unterschiedlich definiert wird. Hinzu kommt, dass es sich um einen Begriff handelt, der Eingang in die Alltagssprache gefunden hat und somit auch im nicht wissenschaftlichen Kontext über viele verschiedene Auslegungen verfügt. Im Rahmen dieser Arbeit wurden verschiedene Definitionen von Unterhaltung präsentiert und diskutiert. Zur Anwendung gelangte jedoch ein integrativer Ansatz, die Triadisch-Dynamische Unterhaltungstheorie von Werner Fröh und Carsten Wunsch. Sie definieren das Phänomen wie folgt:

„Unterhaltung durch Fernsehen entsteht als angenehm erlebte Makroemotion im Zuge eines transaktionalen Informationsverarbeitungsprozesses unter der Bedingung, dass bestimmte personale, mediale und situative bzw. gesellschaftliche Faktoren kompatibel sind und der Rezipient außerdem die Gewissheit hat, die Situation souverän zu kontrollieren.“ (Fröh 2002: 240)

Unterhaltungserleben ist demnach eine eigenständige Emotion auf Metaebene, die sich durch ihren prozessualen Charakter auszeichnet und voraussetzt, dass Person, Medium und Situation miteinander harmonisieren.

9.1.2) Forschungsfrage 2

Worin liegt die Bedeutung audiovisueller Unterhaltung?

In Kapitel 4.1) wird diese Frage ausführlich behandelt. Unterhaltung wurde lange Zeit als würdeloser Zeitvertreib des einfachen Volkes betrachtet. Diese Sichtweise hat sich in den vergangenen Jahren mit dem Aufkommen der Unterhaltungsforschung grundlegend geändert. Eine Vielzahl von Autor/innen hat sich mit den Elementen und Funktionen einzelner audiovisueller, unterhaltungsfördernder Formate beschäftigt und nachgewiesen, dass diese im Hinblick auf die Gesellschaft durchaus nützliche Eigenschaften besitzen. Diese Erkenntnisse, die sich auf einer Mikroebene bewegen, wurden mit den Funktionen von Massenmedien nach Burkart in Relation gesetzt, um auf Mesoebene eine allgemeine Beschreibung der Funktionen von audiovisuell vermittelter Unterhaltung zu schaffen. Das Ergebnis dieser Beschreibung ist eindeutig: Unterhaltung erfüllt heute eine Reihe wichtiger Funktionen – sowohl für die Gesellschaft als auch für das Individuum.

9.1.3) Forschungsfrage 3

Wie wird der Zugang zu audiovisueller Unterhaltung sichergestellt?

In Kapitel 4.2) wird diese Frage detailliert erörtert. Im Großen und Ganzen werden Angebot und Zugang zu Unterhaltung von der öffentlichen Hand sichergestellt. So ist z.B. das öffentlich-rechtliche Fernsehen in Österreich gesetzmäßig dazu verpflichtet, Unterhaltung in sein Programm zu integrieren und sämtlichen Bevölkerungsschichten zugänglich zu machen – auch jenen Menschen, die unter einer Sinnesbeeinträchtigung leiden. Dies gilt nicht nur in Österreich, sondern im ganzen EU-Raum.

Für gehörlose und hörbeeinträchtigte Menschen muss der Ton daher substituiert werden. Während dies bei den verschiedenen Nachrichtenformaten bereits seit einigen Jahren gängige Praxis ist, wird der Unterhaltungsbereich erst schrittweise erschlossen. Mithilfe von Untertiteln oder Dolmetsch-Einblendungen werden die Inhalte aufbereitet.

9.1.4) Forschungsfrage 4

Unterhält der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Österreich (ORF)?

Kapitel 4.2) beschäftigt sich eingehend mit dieser Problematik. Generell ist der ORF bei der Gestaltung seiner Programme an spezifische Vorgaben gebunden, die in Form des öffentlich-rechtlichen Auftrags im ORF-Gesetz festgehalten werden. Darin fixiert ist auch die Darbietung von Unterhaltung (ORF-G §4. Abs.1 Pkt.8). So ist der ORF dazu verpflichtet, *„ein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anzubieten“* (ORF-G §4. Abs.2 Z1-2).

Dieser gesetzlich festgelegten Verpflichtung kommt das Unternehmen vor allem mit den Programmen auf ORF1 nach. Ein etwas ausgewogeneres Programm bietet sich auf ORF2. Der Unterhaltungsanteil des Senders liegt jedoch über dem Durchschnitt, verglichen mit dem deutschen ZDF oder dem schweizerischen SF1 (vgl. Neumüller 2010: 28). Demnach kann diese Frage mit einem eindeutigen Ja beantwortet werden.

9.1.5) Forschungsfrage 5

Welche Formen der Tonsubstitution gibt es?

In Kapitel 5) werden die verschiedenen Formen der Tonsubstitution im Detail präsentiert. Generell wird zwischen zwei Formen unterschieden: den Untertiteln und den Dolmetsch-Einblendungen. In Fach- und Betroffenenkreisen besteht jedoch keine Einigkeit darüber, auf welche Art der Ton von audiovisuellen Medien am besten substituiert werden kann und soll.

9.1.6) Forschungsfrage 6

Können Untertitel und Dolmetsch-Einblendungen dieselben Emotionen hervorrufen wie akustische Reize?

Ja, können sie. Das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Personen ist mit Tonsubstitution nicht schwächer ausgeprägt als bei hörenden mit Ton. Im Gegenteil, mit qualitativ hochwertigen Dolmetsch-Einblendungen kann es sogar gesteigert werden. Mit Untertiteln entspricht es ziemlich genau dem Erleben hörender Rezipienten. Dies ist insofern verwunderlich, da untertitelte Filme für ein hörendes Publikum viel anstrengender zu rezipieren sind. Gehörlose Menschen verfügen jedoch über spezielle visuell-kognitive Fähigkeiten, welche die Rezeption von audiovisuellen Produkten eher begünstigen (z.B. peripheres Sehen, filmisch-strukturierte Sprache).

9.1.7) Forschungsfrage 7

Was unterscheidet hörbeeinträchtigte bzw. gehörlose Rezipient/innen von hörenden?

Dieser Frage wird vor allem in Kapitel 6) auf den Grund gegangen. Gehörlose Rezipient/innen unterscheiden sich von den hörenden nicht nur durch ihre Sinneseinschränkung, sondern vor allem durch eine eigene Sprache und Kultur. Damit gehen auch spezielle Verarbeitungs- und Wahrnehmungsmuster einher, die aufgrund ihrer visuellen Prägung dem audiovisuell vermittelten Unterhaltungserleben durchaus förderlich sind. So ist Sacks der Überzeugung, dass Menschen, welche die Gebärdensprache als Muttersprache erlernt haben, diese auch zur Formulierung ihrer Gedanken einsetzen. Die Gebärdensprache ist nach Sacks jedoch nicht linear und prosaisch, sondern filmisch strukturiert (vgl. Sacks 2008: 134f). Demnach besteht eine Parallele zwischen den kognitiven Verarbeitungsmustern gehörloser Menschen und den Strukturen filmischer Stimuli. Folglich müssen gehörlose Rezipient/innen im Vergleich zu hörenden weniger Energie aufbringen, um Filminhalte zu encodieren. Damit wirkt sich diese Parallele positiv auf das Unterhaltungserleben aus.

Auch hinsichtlich der visuellen Wahrnehmung schneiden die Gehörlosen im Vergleich zu den Hörenden besser ab, da der Körper bestrebt ist, den fehlenden Hörsinn durch die Schärfung eines anderen Sinns auszugleichen. Das betrifft meistens den Sehsinn.

9.1.8) Forschungsfrage 8

Wie erleben gehörlose Menschen audiovisuelle Unterhaltung?

Diese Frage wird in Kapitel 8.2) ausführlich eruiert. Unterhaltung bedeutet in erster Linie Emotionen, egal ob hörend oder gehörlos. Die Rezipient/innen können dabei lachen, Spaß haben und sich entspannen. Für Gehörlose bedeutet

Unterhaltungserleben jedoch noch mehr. Es ist teilweise auch von dem Gefühl geprägt, Freunde zu haben, nicht allein zu sein und irgendwo dazuzugehören. Weiters hilft es ihnen, sich zu orientieren. Das bedeutet, dass sie im Rahmen der Rezeption unterhaltungsfördernder Formate verstärkt neue Informationen erhalten, lernen, Dinge erfahren, über die sie nachdenken, sich unterhalten und eine eigene Meinung bilden können. Zwar trifft dies auch auf hörende Zuschauer/innen zu, allerdings in einem geringeren Ausmaß.

9.1.9) Forschungsfrage 9

Ist ein audiovisueller Stimulus, der mittels Untertitel zugänglich gemacht wird, für gehörlose Rezipient/innen genauso spannend, lustig oder traurig wie für hörende mit Ton?

Ja. Wenn audiovisuelle, unterhaltungsfördernde Formate mittels Untertitel zugänglich gemacht werden, ist das Unterhaltungserleben der gehörlosen Rezipient/innen genauso stark ausgeprägt wie bei hörenden.

9.1.10) Forschungsfrage 10

Ist ein audiovisueller Stimulus, der mittels Dolmetsch-Einblendungen zugänglich gemacht wird, für Gehörlose genauso spannend, lustig oder traurig wie für hörende mit Ton?

Nein. Wenn audiovisuelle, unterhaltungsfördernde Formate mittels qualitativ hochwertiger Dolmetsch-Einblendungen zugänglich gemacht werden, ist das Unterhaltungserleben der gehörlosen Rezipient/innen stärker ausgeprägt wie das der hörenden. Werden bei der Produktion der Dolmetsch-Einblendungen die Qualitätsstandards nicht eingehalten, wird der gegenteilige Effekt erzielt: Das Unterhaltungserleben der gehörlosen Rezipient/innen ist in diesem Fall wesentlich schwächer ausgeprägt.

9.1.11) Forschungsfrage 11

Wann ist das Unterhaltungserleben gehörloser Menschen, das durch audiovisuelle Stimuli vermittelt wird, stärker ausgeprägt: Wenn der Ton mittels Untertitel substituiert wird oder mittels Dolmetsch-Einblendungen?

Tendenziell dann, wenn der Ton mittels Dolmetsch-Einblendungen substituiert wird. Allerdings müssen die Einblendungen von hoher Qualität sein, ansonsten wird der gegenteilige Effekt erzielt.

9.1.12) Forschungsfrage 12

Vermitteln die Programme des ORF gehörlosen Menschen Unterhaltungserleben?

Ja, aber nur jene, die Untertitelt werden. Das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Personen ist mit Untertiteln gleich stark ausgeprägt wie bei hörendem Publikum. Der ORF bietet einige seiner unterhaltungsfördernden Programme mit Untertiteln an. Damit schafft er einen gleichwertigen Zugang zu diesen Programmen. Allerdings wird nur ein gewisser Prozentsatz des Gesamtprogramms Untertitelt. Von Gleichberechtigung kann erst die Rede sein, wenn der öffentlich-rechtliche Sender 100% seines Programms mit Untertiteln anbietet.

9.2) Hypothesen

Die Überprüfung der Hypothesen, die dieser Arbeit zugrunde liegen, erfolgte ausschließlich im empirischen Teil. Zum Abschluss werden sie nochmals diskutiert und veri- bzw. falsifiziert.

9.2.1) Hypothese a

Gehörlose Menschen erleben bei der Rezeption von audiovisuellen Stimuli Unterhaltung.

Richtig. Allerdings kann die Ausprägung dieses Erlebens mittels Tonsubstitution gesteuert werden. Fügt man Untertitel hinzu, entspricht das Unterhaltungserleben ungefähr dem des hörenden Publikums. Werden qualitativ hochwertige Dolmetsch-Einblendungen addiert, kann es sogar gesteigert werden.

Hypothese a konnte somit verifiziert werden.

9.2.2) Hypothese b

Das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Menschen kann mittels Tonsubstitution gesteigert werden.

Richtig. Allerdings spielt die Qualität der Tonsubstitution eine entscheidende Rolle. Werden bspw. Dolmetsch-Einblendungen von geringer Qualität addiert, wird das Unterhaltungserleben drastisch verringert. Werden die Qualitätsstandards hingegen eingehalten, tritt eine Steigerung ein.

Hypothese b konnte somit verifiziert werden.

9.2.3) Hypothese c

Bei der Tonsubstitution mittels Untertitel ist das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Menschen schwächer ausgeprägt als bei der Tonsubstitution mittels Dolmetsch-Einblendungen.

Richtig. Allerdings nur, wenn die Dolmetsch-Einblendungen relativ hohen Qualitätsstandards entsprechen. Trifft dies nicht zu, wird der gegenteilige Effekt erzielt.

Hypothese c konnte somit nur eingeschränkt verifiziert werden.

9.2.4) Hypothese d

Das audiovisuell vermittelte Unterhaltungserleben gehörloser Menschen ist mit Tonsubstitution gleich stark ausgeprägt wie bei hörenden.

Richtig. Trifft aber nur für Untertitel, nicht für Dolmetsch-Einblendungen zu. Werden unterhaltungsfördernde Formate mittels Untertitel zugänglich gemacht, so ist das Unterhaltungserleben des gehörlosen Publikums gleich stark ausgeprägt wie das des hörenden. Werden jedoch qualitativ hochwertige Dolmetsch-Einblendungen addiert, übertrifft es das Erleben des hörenden Publikums.

Hypothese d konnte somit nur teilweise verifiziert werden.

9.2.5) Hypothese e

Wenn das Unterhaltungserleben gehörloser Menschen bei der Rezeption von Fernsehprogrammen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich (ORF) gleich stark ausgeprägt ist wie bei hörenden, dann erfüllt der ORF seinen Programmauftrag.

Richtig. Trifft aber nur auf den untertitelten Anteil am Gesamtprogramm zu. Bei den untertitelten, unterhaltungsfördernden Angeboten des ORF erleben die gehörlosen Rezipienten dasselbe Gefühl von Unterhaltung wie die hörenden.

Hypothese e konnte somit verifiziert werden.

11) Danksagung

Kurz nach meinem Grundstudium fing ich an, Gebärdensprache zu lernen. Mit meinem ersten Lehrer, einem jungen Gehörlosen aus Tirol, habe ich mich dabei auf Anhieb verstanden. Eines Tages kamen wir bei einer Kaffeepause auf das Thema Fernsehen zu sprechen. Er erzählte mir, wie es ist, ohne Ton fernzuschauen. Damit erweckte er meine Neugier, die mich so schnell nicht wieder losließ. Dieses Gespräch, das meinem Lehrer und Freund wahrscheinlich gar nicht in Erinnerung geblieben ist, war der Anstoß für die vorliegende Arbeit. Danke, lieber Georg!

Eine empirische Untersuchung dieses Ausmaßes kann ohne starke Partner aus der Wirtschaft, viele fleißige Helfer/innen und unzählige freiwillige Teilnehmer/innen gar nicht umgesetzt werden. Ihnen allen gilt mein Dank!

Hinsichtlich der Kooperationspartner aus der Wirtschaft gilt mein besonderer Dank dem ORF. Elisabeth Mayerhoffer, Leiterin der ORF-Abteilung Humanitarian Broadcasting, und Robert Sperling haben extra für diese Untersuchung eine amerikanische Krimiserie mit Dolmetsch-Einblendungen versehen. Die Produktion war für das Team nicht nur mit hohen Kosten, sondern auch mit viel Aufwand verbunden. Vielen lieben Dank für den tollen Einsatz!

Die Dolmetsch-Version des österreichischen Spielfilms wurde von der Firma SignTime TV zur Verfügung gestellt. Damit ist es aber noch nicht getan: Dr. Georg Tschare, Leiter des Unternehmens, und sein Team haben mit ihrem unermüdlichen, praktischen Einsatz wesentlich zum Erfolg der einzelnen Erhebungen beigetragen. Ohne ihre organisatorische Hilfe wäre Experimentalreihe A nicht zustande gekommen. Vielen herzlichen Dank!

Unter der Leitung von Mag. Monika Haider und Matthias Fenkart wurde im Qualifikationszentrum Equalzent ein gehörloses Expertenkomitee zusammengestellt, das sich den Fragebogen vorgenommen hat. Danke für die super Adaptierungen, sie waren eine große Erleichterung!

Auch den Unternehmen Ströck Brot GmbH und Kraft Foods möchte ich für die kulinarische Verpflegung der Proband/innen in Wien meinen Dank aussprechen.

Besondere Erwähnung sollen in diesem Rahmen auch drei außerordentliche Vereine finden: der WITAF, der VGT und das LZH Dornbirn.

Florian Gravogl, Obmann des WITAF, und Brigitta Mikulasek, Top-Dolmetscherin und gute Seele des Vereins, haben durch ihren entschlossenen Einsatz die Durchführung von Experimentalreihe C ermöglicht. Ihnen, aber auch den unzähligen Mitgliedern, die schließlich als Testpersonen mitgewirkt haben, gilt meine Hochachtung. Ihr seid klasse! Vielen lieben Dank für die Hilfe!

Experimentalreihe B konnte dank des Engagements von Thomas Mayer, Obmann des Vorarlberger Gehörlosentreffs, und Annegret Franken, Beraterin am Vorarlberger Landeszentrum für Hörgeschädigte, im westlichsten Bundesland Österreichs stattfinden. Ich danke euch ganz herzlich für das Vertrauen, das ihr mir entgegengebracht habt, und für eure Bemühungen. Ihr wart super!

Auch meinem Betreuer, Prof. Hannes Haas, möchte ich diesem Zusammenhang meinen Dank ausdrücken. Sie haben mich während meines ganzen Studiums und nun auch bei meinem Doktorat stets ermuntert, meine Ideen umzusetzen. Danke, dass Sie an mich geglaubt haben!

Ohne Unterstützung meiner Freunde und Familie wäre ich jedoch nie so weit gekommen. Allen voran möchte ich meine große Liebe Jörg nennen. Du hast mir mit deiner Geduld, deinem Zuspruch und nicht zuletzt mit deiner finanziellen Unterstützung den Weg für diese Arbeit geebnet. Ich hätte ihn ohne dich nicht beschreiten können. Dafür danke ich dir von ganzem Herzen!

Ferner möchte ich meinem Vater für seine großzügige Unterstützung ganz herzlich danken. Auch in Notsituationen (z.B. Tod des Laptops) war auf dich stets Verlass! Danke, Papa!

Auch meine Freunde waren mir in jeder Beziehung eine große Hilfe. Danke, liebe Michaela und liebe Frau Mag. Knotek, für die Korrektur der vielen Tipp- und Rechtschreibfehler. Lieber Philipp, dir möchte ich für deinen Input beim Fragebogen und die Hilfe in SPSS-Belangen ganz herzlich danken. Allen anderen danke ich für die stundenlangen Gespräche und die vielen Ablenkungsmanöver.

Zum Schluss möchte ich noch meinem kleinen André Luca danken, der sich als tolle Überraschung mitten in meiner Arbeit angekündigt hat. Er war von Beginn an so brav, dass es seiner Mama nicht allzu viel Mühe kostete, die Arbeit fertigzustellen. Du bist mein Sonnenschein, kleiner Kukuruz.

Im selben Atemzug sei auch meine langjährige, vierbeinige Begleiterin Lola genannt. Sie unterstützte mich mit ihrem hellen Gemüt bereits bei der Diplomarbeit und führte mich nun auch durch das Doktoratsstudium. Der Titel gebührt auch dir, lieber Bibi!

12) Literaturverzeichnis

- Althoff, Stefan: Auswahlverfahren in der Markt-, Meinungs- und empirischen Sozialforschung. Pfaffenweiler 1993
- Altmeppen, Klaus-Dieter/ Lantzsich, Katja/ Will, Andreas: Das Feld der Unterhaltungsbeschaffung und -produktion. Sondierungen eines ungeordneten Bereiches. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/ Lantzsich, Katja/ Will, Andreas (Hrsg.): Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. Wiesbaden 2010, S. 11-32
- Altmeppen, Klaus-Dieter/ Quandt Thorsten: Organisationale und kulturelle Widersprüche der Medienproduktion. Zur Differenzierung von Produktionsprozessen in Medien. In: Friedrichsen, Mike/ Göttlich, Udo: Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion. Köln 2004, S. 167-186
- Anderegg, Johannes: Fiktionalität, Schematismus und Sprache der Wirklichkeit. Methodologische Überlegungen. In: Hienger, Jörg (Hrsg.): Unterhaltungsliteratur. Zu ihrer Theorie und Verteidigung. Göttingen 1976, S. 7-31
- Baasner, Rainer/ Zens, Maria: Methoden und Modelle der Literaturwissenschaft. Eine Einführung. 2. Auflage. Berlin 2001
- Baeßler, Berit: Medienpersonen als parasoziale Beziehungspartner. Ein theoretischer und empirischer Beitrag zu personazentrierter Rezeption. Baden-Baden 2009
- Bartoll, Eduard: Parameters for the classification of subtitles. In: Orero, Pilar: Topics in Audiovisual Translation. Amsterdam/ Philadelphia 2004, S. 53-60
- Bartoll, Eduard/ Martinez Tejerina, Anjana: The positioning of subtitles for the deaf and hard of hearing. In: Matamala, Anna/ Orero, Pliar: Listening to subtitles. Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing. Bern 2010, S.69-86
- Bartsch, Anne/ Eder, Jens/ Fahlenbrach, Kathrin: Einleitung: Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien. In: Bartsch, Anne/ Eder,

- Jens/ Fahlenbrach, Kathrin: Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien. Köln 2007, S. 8-38
- Bartsch, Anne: Meta-Emotionen und ihre Vermittlung im Film. In: Bartsch, Anne/ Eder, Jens/ Fahlenbrach, Kathrin: Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien. Köln 2007, S. 277-296
- Bartsch, Anne/ Vorderer, Peter/ Mangold, Roland/ Viehoff, Reinhold: Appraisal of Emotions in Media Use: Toward a Process Model of Meta-Emotion and Emotion Regulation. In: Media Psychology 11 (2008/1), S. 7-27
- Bleicher, Joan Kristin: Formatiertes Privatleben: Muster der Inszenierung von Privatem in der Programmgeschichte des deutschen Fernsehens. In: Weiß, Ralph/Groebel, Jo (Hrsg.): Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung. Hemsbach 2002, S. 207-246
- Blödnor, Sascha/ Gerhards, Maria/ Klingler, Walter: Fernsehen im neuen Jahrtausend – ein Informationsmedium? In: Media Perspektiven 2000 (4), S. 171-180
- Bonfadelli, Heinz: Die Sozialisationsperspektiven der Massenkommunikationsforschung. Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Berlin 1981
- Borstnar, Nils/ Pabst, Eckhard/ Wulff, Hans Jürgen: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft. 2. Auflage. Konstanz 2008
- Bosshart, Louis: Dynamik der Fernsehunterhaltung. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse und Synthese. Freiburg 1979
- Bosshart, Louis: Überlegungen zu einer Theorie der Unterhaltung. In: Bosshart, Louis/ Hoffmann-Riem, Wolfgang: Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München 1994, S. 28-40
- Bosshart, Louis: Information und/oder Unterhaltung? In: Scholl, Armin/ Renger, Rudi/ Blöbaum, Bernd (Hrsg.): Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Wiesbaden 2007, S. 17-29

Boyes Braem, Penny: Einführung in die Gebärdensprache und ihre Erforschung. 2. Aufl. Hamburg 1992

Bryant, Jennings/ Miron, Dorina: Entertainment as Media Effect. In: Bryant, Jennings/ Zillmann, Dolf: Media Effects. Advances in Theory and Research. Second Edition. Mahwah 2002, S. 549-582

Brockhaus, Der: Brockhaus. Die Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden. 20. Auflage. 3. Band. BED-BROM. Leipzig 1996

Bros-Brann, Eliane: Simultaneous Interpretation and the Media: Interpreting Live for Television. In: Catriona Picken (Ed.): XIII World Congress of FIT. Proceedings Translation - the vital link. Volume 2. London 1993, 267-271

Brosius, Hans-Bernd/ Koschel, Friederike/ Haas, Alexander: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 4. Aufl. Wiesbaden 2008

Brunner, René/ Nöldeke, Ilse: Das Ohr. Anatomie, Pathologie und Physiologie des Ohres für Hörgeräteakustiker, Logopäden und audiologische Assistenzberufe. Stuttgart 1997

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft (3. Aufl.). Wien 1998

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft (4. Aufl.). Wien 2002

Busch, Brigitte: Minderheiten und Massenmedien. In: Luger, Kurt/ Renger, Rudi: Dialog der Kulturen. Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien. Wien 1994, S. 263-279

Caillois, Roger: Die Spiele und die Menschen. Maske und Rausch. Frankfurt, Berlin, Wien 1982

Civera, Clara/ Orero, Pilar: Introducing icons in subtitles for the deaf and hard of hearing: Optimizing reception? In: Matamala, Anna/ Orero, Pilar: Listening to subtitles. Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing. Bern 2010, S. 149-162

Cochran, William: Stichprobenverfahren. Berlin 1972

Csikszentmihalyi, Mihaly: The flow experience and its significance for human psychology. In: Csikszentmihalyi, Mihaly/ Csikszentmihalyi, Isabella Selega: Optimal Experience. Psychological Studies of flow in consciousness. Cambridge 1988, S15-35

Deci, Edward/ Ryan, Richard: Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. In: American Psychologist 55 (2000/1), S. 68-78

Deci, Edward/ Ryan, Richard: Facilitating Optimal Motivation and Psychological Well-Being Across Life's Domains. In: Canadian Psychology 49 (2008a/1), S. 14-23

Deci, Edward/ Ryan, Richard: Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. In: Canadian Psychology 49 (2008b/3), S. 182-185

Dehm, Ursula: Fernsehunterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang? Eine sozial-psychologische Studie. Mainz 1984

Dehm, Ursula/ Storll, Dieter: TV-Erlebnisfaktoren. Ein ganzheitlicher Forschungsansatz zur Rezeption unterhaltender und informierender Fernsehangebote. In: Media Perspektiven 9/2003, S. 425-433

Diaz-Cintas, Jorges: Dubbing or subtitling: The eternal dilemma. In: Perspectives: Studies in Translatology 7 (1999/1), S. 31-40

Donath, Peter/ Hase, Ulrich/ Prillwitz, Siegmund/ Wempe, Karin: Eine Minderheit verschafft sich Gehör. Textdokumentation zur Anerkennung der Gebärdensprache Gehörloser. Seedorf 1996, S.157-158

Dorsch-Jungsberger, Petra: Der Waren-Aspekt der Unterhaltung. In: Bosshart, Louis/ Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hrsg.): Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München 1994, S. 345-354

Ebbinghaus, Horst/ Heßmann, Jens: Gehörlose, Gebärdensprache, Dolmetschen. Chancen der Integration einer sprachlichen Minderheit. Hamburg 1989

Eder, Jens: Gefühle im Widerstreit: A Clockwork Orange und die Erklärung audiovisueller Emotionen. In: Bartsch, Anne/ Eder, Jens/ Fahlenbrach, Kathrin: Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien. Köln 2007, S. 256-276

Faatz, Michael: Zur Spezifik des Fernsehtextes. Eine Untersuchung zu Inhalten, Präsentationsformen und Perspektiven – dargestellt anhand des MDR-Textes und des Sat.1-Textes. Köln 2001

Farda, Constanze: Die globale Diffusion von Fernsehcontent. In: Friedrichsen, Mike/ Göttlich, Udo: Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion. Köln 2004, S. 187-203

Fellner-Rzehak, Eva/ Podbelsek, Tina: Wer nicht hören kann, muss ... können! Eine Untersuchung zum Textverstehen gehörloser Erwachsener. Klagenfurt 2004

Fischer, Ernst Peter: Wie wirklich ist die Wirklichkeit? In: GEO Wissen. Sinne und Wahrnehmung (1997/September), S. 22-25

Flavell, John: Metacognition and Cognitive Monitoring. A New Area of Cognitive-Developmental Inquiry. In: American Psychologist 34 (1979/10), S. 906-911

Fong, Gilbert C. F.: Let the Words do the Talking: The Nature and Art of Subtitling. In: Fong, Gilbert C. F./ Au, Kenneth K. L. (Hrsg.): Dubbing and Subtitling in a World Context. Hong Kong 2009, S. 91-105

Friedrichs, Jürgen: Methoden empirischer Sozialforschung. 14. Aufl. Opladen 1990

Früh, Werner/ Wunsch, Carsten/ Klopp, Pascal: TDU-Unterhaltungsindex. Ein Instrument zur empirischen Ermittlung von Unterhaltungserleben. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 52 (2004/4), S. 515-544

Früh, Werner/ Wunsch, Carsten: Unterhaltung. In: Scholl, Armin/ Renger, Rudi/ Blöbaum, Bernd (Hrsg.): Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Wiesbaden 2007, S. 31-52

Früh, Werner: Unterhaltung durch Fernsehen. Eine molare Theorie. Konstanz 2002

- Früh, Werner: Theorien, theoretische Modelle und Rahmentheorien. Eine Einleitung. In: Früh, Werner/ Stiehler, Hans-Jörg (Hrsg.): Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs. Köln 2003a, S. 9-26
- Früh, Werner: Triadisch-Dynamische Unterhaltungstheorie (TDU). In: Früh, Werner/ Stiehler, Hans-Jörg (Hrsg.): Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs. Köln 2003b, S. 27-56
- Früh, Werner: Unterhaltung: Konstrukt und Beweislogik. In: Wirth, Werner/ Schramm, Holger/ Gehrau, Volker: Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung. Köln 2006, S. 25-46
- Früh, Werner/ Wunsch, Carsten: Die Makroemotion >Unterhaltung< in der Triadisch-Dynamischen Unterhaltungstheorie (TDU). In: Bartsch, Anne/ Eder, Jens/ Fahlenbrach, Kathrin: Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien. Köln 2007a, S. 187-204
- Früh, Werner/ Wunsch, Carsten: Unterhaltung. In: Scholl, Armin/ Renger, Rudi/ Blöbaum, Bernd: Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Wiesbaden 2007b, S. 31-51
- Früh, Werner/ Wunsch, Carsten: Empathie und Medienempathie. Ein empirischer Konstrukt- und Methodenvergleich. In: Publizistik 54 (2009/2), S. 191-215
- Fuxa, Karin: Gottes vergessene Kinder. Eine Studie zur Kommunikation hörgeschädigter Menschen unter besonderer Berücksichtigung der Mediennutzung dieser Personengruppe. Diplomarbeit. Wien 2001
- Gebron, Julie: Sign the Speech. An Introduction to Theatrical Interpreting. Sec. Ed., Hillsboro 2000
- Gehrau, Volker: Eine Skizze der Rezeptionsforschung in Deutschland. In: Rössler, Patrick/ Kubisch, Susanne/ Gehrau, Volker: Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung. München 2002, S. 9-47

- Gehrau, Volker: Fernsehgenres und Fernsehgattungen. Ansätze und Daten zur Rezeption, Klassifikation und Bezeichnung von Fernsehprogrammen. München 2001
- Gehrau, Volker: Unterhaltung durch Fernsehen. Eine Lesart der molaren Theorie von Werner Früh. In: Früh, Werner/ Stiehler, Hans-Jörg (Hrsg.): Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs. Köln 2003, S. 57-73
- Gehrau, Volker: Basisgenres und die geschlechtsspezifische Rezeption fiktionaler Unterhaltungsgenres. In: Schramm, Holger/ Wirth, Werner/ Bilandzic, Helena: Empirische Unterhaltungsforschung: Studien zu Rezeption und Wirkung von medialer Unterhaltung. München 2006, S. 29-45
- Geißler, Rainer/ Weber-Menges, Sonja: Media Reception and Ideas on Media Integration among Turkish, Italian and Russo-German Migrants in Germany. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst: Media – Migration – Integration. European and North American Perspectives. Bielefeld 2009, S. 27-43
- Gerhards, Maria/ Grajczyk, Andreas/ Klingler, Walter: Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption im Fernsehen. Ein Beitrag zur Rollendefinition des Mediums. In: Roters, Gunnar/ Klingler, Walter/ Gerhards, Maria: Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption. Baden-Baden 2000, S. 99-117
- Gerrig, Richard J./ Zimbardo, Philip G.: Psychologie. 18. Aufl. München 2008
- Gleich, Uli/ Vogel Ines: Unterhaltung durch Medien. In: Six, Ulrike/ Gleich, Uli/ Gimpler, Roland: Kommunikationspsychologie – Medienpsychologie. Lehrbuch. Basel 2007, S. 405-422
- González, Luis Pérez: Audiovisual translation. In: Baker, Monika/ Saldanha, Gabriela: Routledge Encyclopedia of Translation Studies. 2. Ed., Abingdon 2009, S. 13-20
- Gottlieb, Henrik: Subtitling: diagonal translation. In: Perspectives: Studies in Translatology 3 (1994/1), S. 101-121
- Gottlieb, Henrik: Language-political implications of subtitling. In: Orero, Pilar: Topics in audiovisual translation. Amsterdam/ Philadelphia 2004, S.83-100

- Gottschalk, Hans: Die politische Wirksamkeit der unpolitischen Unterhaltung. In: Prager, Gerhard (Hrsg.): Fernseh-Kritik. Unterhaltung und Unterhaltendes im Fernsehen. Mainz 1971, S. 103-111
- Göttlich, Udo/ Nieland, Jörg-Uwe: Politischer Diskurs als Unterhaltung? Präsentationslogiken von Daily Soaps als Wegweiser. In: Schatz, Heribert/ Jarren, Otfried/ Knaup, Bettina (Hrsg.): Machtkonzentration in der Multimediagesellschaft. Beiträge zu einer Neubestimmung des Verhältnisses von politischer und medialer Macht. Opladen 1997, S. 188-200
- Göttlich, Udo/ Nieland, Jörg-Uwe: Alltagsdramatisierung und Daily Soaps. Öffentlichkeitswandel durch Lifestyle-Inszenierung. In: Göttlich, Udo/ Nieland, Jörg-Uwe/ Schatz, Heribert: Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Köln 1998a, S. 36-53
- Göttlich, Udo/ Nieland, Jörg-Uwe: Daily Soaps als Umfeld von Marken, Moden und Trends: Von Seifenopern zu Lifestyle-Inszenierungen. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): Die umworbene Gesellschaft. Analysen zur Entwicklung der Werbekommunikation. Opladen/Wiesbaden 1998b, S. 179-208
- Göttlich, Udo/ Nieland, Jörg-Uwe: Selbstauslegung – Anerkennung – Integration. Zur Rolle und Stellung von Unterhaltungsangeboten in der Rezeption durch Jugendliche. In: Imhof, Kurt/ Jarren, Otfried/ Blum, Roger (Hrsg.): Integration und Medien. Wiesbaden 2002, S. 219-243
- Grbić, Nadja: Gebärdensprachdolmetschen. In: Snell-Hornby, Mary/ Hönig, Hans G./ Kußmaul, Paul/ Schmitt, Peter A.: Handbuch Translation. 2. Aufl., Tübingen 2003, S. 321-324
- Greenberg, Bradley: Gratifications of Television Viewing and their Correlates for British Children. In: Blumler, Jay/ Katz, Elihu: The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills 1974, S. 71-92
- Grefe, Christiane: Wenn einer der Sinne versagt ... In: GEO Wissen. Sinne und Wahrnehmung (1997/September), S. 76-77

Habicht, Werner/ Lange Wolf-Dieter (Hrsg.): Der Literatur Brockhaus. Grundlegend überarbeitete und erweiterte Taschenbuchausgabe in acht Bänden. Band 8: Suh-Zz. Mannheim 1995

Hagn, Katja: „Lesen statt Hören“. Menschen mit Hörbehinderung und der Österreichische Rundfunk (ORF). Magisterarbeit. Salzburg 2006

Hallenberger, Gerd/ Foltin, Hans-Friedrich: Unterhaltung durch Spiel. Die Quizsendungen und Game Shows des deutschen Fernsehens. Berlin 1990

Happ, Daniela: Manuelle und nicht manuelle Module der Deutschen Gebärdensprache (DGS): Linguistische Aspekte. In: Leuninger, Helen/ Happ, Daniela (Hrsg.): Gebärdensprachen: Struktur, Erwerb, Verwendung. Hamburg 2005, S. 9-28

Hartmann, Tilo/ Schramm, Holger/ Klimmt, Christoph: Personenorientierte Medienrezeption: Ein Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen. In: Publizistik 49 (2004/2), S. 25-47

Hartmann, Tilo: Die Selektion unterhaltsamer Medienangebote am Beispiel von Computerspielen. Struktur und Ursachen. Köln 2006

Hasebrink, Uwe: Das Publikum verstreut sich. Zur Entwicklung der Fernsehnutzung. In: Jarren, Otfried (Hrsg.): Medienwandel – Gesellschaftswandel? 10 Jahre dualer Rundfunk in Deutschland. Eine Bilanz. Berlin 1994, S. 265-287

Hellbrück, Jürgen: Hören. Physiologie, Psychologie und Pathologie. Göttingen 1993

Herczeg, Petra: Migrants and Ethnic Minorities in Austria: Assimilation, Integration and the Media. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst: Media – Migration – Integration. European and North American Perspectives. Bielefeld 2009, S. 71-96

Hickethier, Knut: Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart 2003

Hickethier, Knut: Unterhaltungsmedium Fernsehen. Zur Ästhetik des Populären. In: Faulstich, Werner/ Knop, Karin: Unterhaltungskultur. München 2006, S. 91-108

Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse (4. Aufl.). Stuttgart 2007

Hoffmann, Jella: Reality, Action oder Krimi? Rezipientenorientierte Klassifikationen für Unterhaltungsangebote am Beispiel verbrechensbezogener Fernsehgenres. In: Schramm, Holger/ Wirth, Werner/ Bilandzic, Helena: Empirische Unterhaltungsforschung: Studien zu Rezeption und Wirkung von medialer Unterhaltung. München 2006, S. 11-28

Horton, Donald/ Wohl, Richard: Massenkommunikation und parasoziale Interaktion. Beobachtungen zur Intimität über Distanz. In: Adelman, Ralf/ Hesse, Jan/ Keilbach, Judith/ Stauff, Markus/ Thiele, Matthias (Hrsg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie – Geschichte – Analyse. Konstanz 2002, S. 74-104

Huber, Dieter: Phonologie. In: Snell-Hornby, Mary/ Hönig, Hans G./ Kußmaul, Paul/ Schmitt, Peter A. (Hrsg.): Handbuch Translation (2. Aufl.). Tübingen 2003, S. 47-49

Huizinga, Jan: Homo Ludens. Versuch einer Bestimmung des Spielelements der Kultur. Köln 1939

Imhof, Kurt/ Jarren, Otfried/ Blum, Roger: Einleitung. In: Imhof, Kurt/ Jarren, Otfried/ Blum, Roger: Integration und Medien. Wiesbaden 2002, S. 9-15

Ivarsson, Jan/ Carroll, Mary: Subtitling. Simrishamn 1998

Jarren, Otfried: Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an Medien. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 48 (2000/1), S. 22-41

Karpenstein-Eßbach, Christa: Einführung in die Kulturwissenschaft der Medien. Paderborn 2004

Katz, Elihu/ Blumler, Jay/ Gurevitch, Michael: Utilization of Mass Communication by the Individual. In: Blumler, Jay/ Katz, Elihu: The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills 1974, S. 19-32

Katz, Elihu/ Foulkes, David: On the Use of the Mass Media as "Escape": Clarification of a Concept. In: The Public Opinion Quarterly Vol. 26. (1962), S. 377-388

Kleinginna, Paul/ Kleinginna, Anne: A Categorized List of Emotion Definitions, with Suggestions for a Consensual Definition. In: Thomae, Hans (Hrsg.): Motivation und Emotion. Bd.1: Theorien und Formen der Motivation. Göttingen 1981, S. 345-355

Kleinstauber, Hans: Produktionsbedingungen der Soap Operas in den USA. In: Bosshart Louis/ Hoffmann-Riem, Wolfgang: Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München 1994, S. 375-390

Klöppel, Moritz: Infotainment. Zwischen Bildungsanspruch und Publikumserwartung – wie unterhaltsam darf Information sein? Marburg 2008

Knobloch-Westerwick, Silvia: Mood-Management: Theory, Evidence, and Advancements. In: Bryant, Jennings/ Vorderer, Peter: Psychology of Entertainment. Mahwah 2006, S. 239-254

Kocher, Ursula: Gehörlose und die audiovisuellen Medien. Gebärdensprachdolmetschen im Fernsehen. Diplomarbeit. Karl-Franzens-Universität Graz 1999

Kuncik, Michael/ Zipfel, Astrid: Publizistik. Ein Studienbuch. Köln 2001

Kurz, Ingrid: Mediendolmetschen. In: Snell-Hornby, Mary/ Hönig, Hans G./ Kußmaul, Paul/ Schmitt, Peter A.: Handbuch Translation. 2. Aufl., Tübingen 2003, S. 311-312

Lackner, Susanne: Rundfunk und Public Value – ein rechtlicher Ansatz. In: Public Value und privater Rundfunk in Österreich. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH Band 1/2010. Wien 2010, S. 13-38

Leeson, Lorraine: Signed Language Interpreting. In: Baker, Monika/ Saldanha, Gabriela: Routledge Encyclopedia of Translation Studies. 2. Ed., Abingdon 2009, S. 274-279

Leitner, Barbara: Menschen mit Beeinträchtigung. Ergebnisse der Mikrozensus-Zusatzfragen im 4. Quartal 2007. In: Statistische Nachrichten 12/2008. Statistik Austria. Wien 2008, S. 1132-1141

Linde, Zoe de/ Kay, Neil: The Semiotics of Subtitling. St. Edmunds 1999

Lischka, Katharina: Medien gehören nicht nur gehört! Rechtlicher Status der europäischen Gebärdensprachen sowie deren mediale Repräsentation in der EU. Dissertation. Wien 2008

Looms, Peter Olaf: Prologue: Digital Television for some or for all? In: Matamala, Anna/ Orero, Pliar: Listening to subtitles. Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing. Bern 2010, S. 19-24

Luyken, Georg-Michael/ Herbst, Thomas/ Langham-Brown, Jo/ Reid, Helen/ Spinhof, Hermann: Overcoming Language Barriers in Television. Dubbing and subtitling for the European audience. Manchester 1991

Lünenborg, Margreth: Phänomene der Entgrenzung: Journalismus zwischen Fakt und Fiktion, Information und Unterhaltung. In: Friedrichsen, Mike/ Göttlich, Udo: Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion. Köln 2004, S. 108-123

Lünenborg, Margreth: Unterhaltung als Journalismus – Journalismus als Unterhaltung: Theoretische Überlegungen zur Überwindung einer unangemessenen Dichotomie. In: Scholl, Armin/ Renger, Rudi/ Blöbaum, Bernd: Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Wiesbaden 2007, S. 67-85

Maletzke, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Hamburg 1978

Maletzke, Gerhard: Integration – eine gesellschaftliche Funktion der Massenkommunikation. In: Haas, Hannes/ Jarren, Otfried (Hg.): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wien 2002, S. 69-76

Mangold, Roland: Anforderungen an die Erklärung audiovisueller Emotionen und Vorstellung eines integrativen Ansatzes. In: Bartsch, Anne/ Eder, Jens/ Fahlenbrach, Kathrin: Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien. Köln 2007, S. 171-186

- Manhart, Sybille: Synchronisation (Synchronisierung). In: Snell-Hornby, Mary/ Hönig, Hans G./ Kußmaul, Paul/ Schmitt, Peter A.: Handbuch Translation. 2. Aufl., Tübingen 2003, S.264-266
- Martinez-Sierra, Juan Jose: The challenge of translating humour for dubbing: some problematic issues. In: Goldstein, Angelika/ Golubovic, Biljana: Foreign Language Movies – Dubbing vs. Subtitling. Hamburg 2009, S. 129-149
- Mast, Claudia: Tagesschau oder Tagesshow? Zur Präsentation politischer Informationen in den Medien. In: Böckelmann, Frank (Hrsg.): Medienmacht und Politik. Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel. Berlin 1989, S. 105-115
- Meyer, Wulf-Uwe/ Reisenzein, Rainer/ Schützwohl Achim: Einführung in die Emotionspsychologie Bd.1. Die Emotionstheorien von Watson, James und Schachter. Bern 2001
- Mikos, Lothar/ Eichner, Susanne: Involvement durch Action und Narration bei >>Der Herr der Ringe<< - Adressierungsstrategie und Zuschauerorientierung. In: Frizzoni, Brigitte/ Tomkowiak, Ingrid: Unterhaltung. Konzepte - Formen - Wirkungen. Zürich 2006, S. 293-320
- Mikos, Lothar: Unterhält Unterhaltung? Überlegungen zu Unterhaltung als Rezeptionskategorie. In: Wirth, Werner/ Schramm, Holger/ Gehrau, Volker (Hrsg.): Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung. Köln 2006, S. 127-141
- Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse (2. Aufl.). Konstanz 2008
- Mikos, Lothar: Unterhaltungsrezeption. Das Fernsehpublikum und die Qualität der Unterhaltung. In: Lantzsich, Katja/ Altmeyden, Klaus-Dieter/ Will, Andreas (Hrsg.): Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. Wiesbaden 2010, S. 81-97
- Mikos, Lothar: Populärkulturelles Vergnügen. Der Umgang mit unterhaltenden Formaten in den Cultural Studies. In: Früh, Werner/ Stiehler Hans-Jörg (Hrsg.): Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs. Köln 2003, S. 89-105

- Monaco, James: Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien. Mit einer Einführung in Multimedia (9. Aufl.). Hamburg 2007
- Montero, Immaculada C. Baez/ Soneira, Ana M. Fernandez: Spanish deaf people as recipients of closed captioning. In: Matamala, Anna/ Orero, Pilar: Listening to subtitles. Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing. Bern 2010, S. 25-44
- Möller, Karl Dietmar: Zum Verhältnis von Interaktion, nonverbaler Kommunikation und Dialog im Spielfilm. In: Bentele, Günter/ Hess-Lüttich Ernest W. B.: Zeichengebrauch in Massenmedien. Zum Verhältnis von sprachlicher und nichtsprachlicher Information in Hörfunk, Film und Fernsehen. Tübingen 1985, S. 303-315
- Müller, Andrea: Gehörlose und Teletext. Die Rezipierbarkeit von Untertiteln für Gehörlose. Dissertation. Wien 1986
- Neudecker, Liselotte: Gehör-Los. Weitra 2003
- Neumüller, Marlies: Österreich. In: Reinhard, Christl/ Süßenbacher, Daniela: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Europa. ORF, BBC, ARD & Co auf der Suche nach dem Public Value. Wien 2010, S. 19-63
- Neves, Joselia: Training in subtitling for the d/Deaf and hard-of-hearing. In: Diaz-Cintas, Jorge: The Didactics of Audiovisual Translation. Amsterdam/Philadelphia 2008, S. 171-189
- Oehmichen, Ekkehardt/ Schröter, Christian: Medienübergreifende Nutzungsmuster: Struktur- und Funktionsverschiebung. In: Media Perspektiven 2008 (8), S. 394-409
- Oerter, Rolf: Psychologie des Spiels. Ein handlungstheoretischer Ansatz. Weinheim 1999
- Ogris, Simone: Schau mal wer da spricht! Gebärdensprachdolmetschen im Informations- und Unterhaltungsmedium Fernsehen. Analyse anhand einer Videoaufzeichnung. Diplomarbeit. Karl-Franzens-Universität Graz 2001

- Papacharissi, Zizi: Uses and Gratifications. In: Stacks, Don/ Salwen, Michael: An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Second Edition. New York 2009, S. 137-152
- Papaspyrou, Chrissostomos: Integration Gehörloser in das allgemeine Bildungswesen: Überwindung der Sprachbarriere. In: Schulmeister, Rolf/ Reinitzer, Heimo (Hrsg.): Fortschritte in der Gebärdenspracherforschung. Festschrift für Siegmund Prillwitz. Hamburg 2002, S. 279-303
- Pereira, Ana: Criteria for elaborating subtitles for deaf and hard of hearing adults in Spain: Description of a case study. In: Matamala, Anna/ Orero, Pliar: Listening to subtitles. Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing. Bern 2010a, S.87-102
- Pereira, Ana: Including Spanish Sign Language in subtitles for the deaf and hard of hearing. In: Matamala, Anna/ Orero, Pliar: Listening to subtitles. Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing. Bern 2010b, S.103-114
- Plake, Klaus: Talkshows. Die Industrialisierung der Kommunikation. Darmstadt 1999
- Postman, Neil: Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt am Main 1988
- Pöchhacker, Franz: Simultandolmetschen. In: Snell-Hornby, Mary/ Hönig, Hans G./ Kußmaul, Paul/ Schmitt, Peter A.: Handbuch Translation. 2. Aufl., Tübingen 2003, S. 301-304
- Puschmann-Nalenz, Barbara: Die Unterhaltung des Lesers. Rezeptionsvorgang und Rezeptionsgeschichte als Determinanten des Unterhaltungsbegriffs. In: Petzold, Dieter/ Späth, Eberhard: Unterhaltung. Sozial- und literaturwissenschaftliche Beiträge zu ihren Formen und Funktionen. Erlangen 1994, S. 45-67
- Raney, Arthur: The Psychology of Disposition-Based Theories of Media Enjoyment. In: Bryant, Jennings/ Vorderer, Peter: Psychology of Entertainment. Mahwah 2006, S. 137-150
- Renner, Karl Nikolaus: Die Text-Bild-Schere. Zur Explikation eines anscheinend eindeutigen Begriffs. In: Studies in Communication Sciences 2 (2001/1), S. 23-44

- Richter, Gert: Die >>Unterhaltungsliteratur<< im 20. Jahrhundert. In: Richter, Gert (Hrsg.): Geschichte der Weltliteratur. Dichtung und Unterhaltungsliteratur von der Antike bis zur Gegenwart. München 1978, S. 474-499
- Rohracher, Hubert: Einführung in die Psychologie. 13. Aufl. München 1988
- Ronneberger, Franz: Sozialisation durch Massenkommunikation. In: Ronneberger, Franz (Hg.): Sozialisation durch Massenkommunikation. Der Mensch als soziales und personales Wesen. Stuttgart 1971, S. 32-101
- Ronneberger, Franz: Kommunikationspolitik II. Kommunikationspolitik als Gesellschaftspolitik. Mainz 1980
- Ronneberger, Franz: Integration durch Massenkommunikation. In: Saxer, Ulrich (Hrsg.): Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung – Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Band 10. München 1985, S. 3-18
- Ronneberger, Franz: Funktionen des Systems Massenkommunikation. In: Haas, Hannes/ Jarren, Otfried (Hg.): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wien 2002, S.61-68
- Roseman, Ira/ Smith, Craig: Appraisal Theory: Overview, Assumptions, Varieties, Controversies. In: Scherer, Klaus/ Schorr, Angela/ Johnstone, Tom: Appraisal Process in Emotion. Theory, Methods, Research. Oxford 2001, S. 3-19
- Rosengren, Karl Erik: Uses and Gratifications. A Paradigm Outlined. In: Blumler, Jay/ Katz, Elihu: The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills 1974, S. 269-286
- Rössler, Patrick/ Brosius, Hans-Bernd: Prägen Daily Talks die Vorstellungen Jugendlicher von der Wirklichkeit? Ein Intensiv-Experiment zur Kultivierungshypothese. In: Schneiderbauer, Christian (Hrsg.): Daily Talkshows unter der Lupe. Wissenschaftliche Beiträge aus Forschung und Praxis. München 2001, S. 119-151

- Rubin, Alan: Media Uses and Effects: A Uses-and-Gratifications Perspective. In: Bryant, Jennings/ Zillmann, Dolf: Media Effects. Advances in Theory and Research. New Jersey 1994, S. 417-436
- Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH: TV-Programmanalyse. Fernsehvollprogramme in Österreich 2009. Band 2/2010. Wien 2010
- Ruge, Peter: Mediengestalter. Einführung in die Grundlagen kreativer Umsetzung. Krems 2003
- Ruoß, Manfred: Kommunikation Gehörloser. Göttingen 1994
- Rußmann, Uta: „Es lebe das Internet!“. Chancen der Integration Gehörloser in die Gesellschaft durch das Internet als Informationsquelle. Diplomarbeit. Wien 2002
- Rüden, Peter von: Unterhaltungsmedium Fernsehen. München 1979
- Sacks, Oliver: Stumme Stimmen. Reise in die Welt der Gehörlosen. 8. Aufl. Hamburg 2008
- Sacks, Oliver im Interview mit Grefe, Christiane und Klingholz, Reiner: Wer ist normal Professor Sacks? In: GEO Wissen. Sinne und Wahrnehmung (1997/September), S. 84-87
- Saxer, Ulrich: Aspekte und Modalitäten politischer Wertsozialisation durch Medienkommunikation. In: Böckelmann, Frank E. (Hrsg.): Medienmacht und Politik. Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel. Berlin 1989, S. 121-137
- Saxer, Ulrich: Konstituenten einer Medienwissenschaft. In: Schanze, Helmut/ Ludes, Peter (Hrsg.): Qualitative Perspektiven des Medienwandels. Opladen 1997, S. 15-26
- Scandura, G. L.: Film Translation: A Hybrid between Translation and Interpretation. In: Catriona Picken (Ed.): XIII World Congress of FIT. Proceedings Translation – the vital link. Volume 1. London 1993, 446-450

- Schachter, Stanley: The Interaction of Cognitive and Physiological Determinants of Emotional State. In: Leiderman, Herbert/ Shapiro, David: Psychobiological Approaches to Social Behaviour. Stanford 1964, S. 138-173
- Schenk, Michael: Medienwirkungsforschung. 3. Auflage. Tübingen 2007
- Scherer, Klaus: Emotionsprozesse im Medienkontext: Forschungsillustrationen und Zukunftsperspektiven. In: Medienpsychologie. Zeitschrift für Individual- und Massenkommunikation Jg. 10. 1998(4), S.276-293
- Scherer; Klaus: On the Nature and Function of Emotion: A Component Process Approach. In: Scherer, Klaus/ Ekman, Paul: Approaches to Emotion. Hillsdale 1984, S. 293-317
- Scherer, Klaus: Appraisal Considered as a Process of Multilevel Sequential Checking. In: Scherer, Klaus/ Schorr, Angela/ Johnstone, Tom: Appraisal Process in Emotion. Theory, Methods, Research. Oxford 2001, S.92-120
- Schicha, Christian: Die Theatralität der politischen Kommunikation. Medieninszenierungen am Beispiel des Bundestagswahlkampfes 2002. Münster 2003
- Schmitz, Manfred: Fernsehen zwischen Apokalypse und Integration. Zur Instrumentalisierung der Fernsehunterhaltung. Baden-Baden 1995
- Schneider, Norbert: Das Programm ist das Programm – aber welches? In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): Fernsehen in Deutschland 2008. Programmforschung und Programmdiskurs. Berlin 2009, S. 11-15
- Schramm, Holger: Parasoziale Interaktionen und Beziehungen. Konzept – Begriffe – Modellierung – Messung – Befunde. In: Frizzoni, Brigitte/ Tomkowiak, Ingrid: Unterhaltung. Konzepte - Formen – Wirkungen. Zürich 2006, S. 247-269
- Schulz, Winfried: Fernsehen und sozialer Wandel: Untersuchungen zur Integrations- und Fragmentierungsthese. In: Wilke, Jürgen (Hg.): Massenmedien und Zeitgeschichte. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Band 26. Konstanz 1999, S. 90-105

Schweiger, Wolfgang: Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Wiesbaden 2007

Schwender, Clemens: Medien und Emotionen. Evolutionspsychologische Bausteine einer Medientheorie (2. Aufl.). Wiesbaden 2006

Schwender, Clemens/ Schwab, Frank: Evolutionäre Grundlagen emotionaler und ästhetischer Medienrezeption. In: Bartsch, Anne/ Eder, Jens/ Fahlenbrach, Kathrin: Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellung und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medien. Köln 2007, S. 60-84

Schwoitzer, Bertil/ Weiß, Hans-Jürgen: Nach wie vor „Leitmedium“ – Fernsehen in Deutschland 2007/2008. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): Fernsehen in Deutschland 2008. Programmforschung und Programmdiskurs. Berlin 2009, S. 16-36

Sherry, John: Flow and Media Enjoyment. In: Communication Theory 14 (2004/4), S. 328-347

Steiner, Ben: Signs from the void: The comprehension and production of sign language on television. In: Interpreting. International journal of research and practice in interpreting. Vol. 3 (1998/2), S. 99-146

Steininger, Christian: Fernsehunterhaltung zwischen Rezipientenbedürfnissen und medialer Angebotsstruktur. In: Friedrichsen, Mike/ Göttlich, Udo: Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion. Köln 2004, S. 65-76

Stephenson, William: The Play Theory of Mass Communication. Chicago 1967

Stewart, David A./ Schein, Jerome D./ Cartwright, Brenda E.: Sign Language Interpreting. Exploring its Art and Science. Massachusetts 1998

Straßner, Erich: Das Zusammenspiel von Bild und Sprache im Film. In: Bentele, Günter/ Hess-Lüttich Ernest W. B.: Zeichengebrauch in Massenmedien. Zum Verhältnis von sprachlicher und nichtsprachlicher Information in Hörfunk, Film und Fernsehen. Tübingen 1985, S. 277-302

- Thallmair, Alexandra/ Rössler, Patrick: Parasoziale Interaktion bei der Rezeption von Daily Talkshows. Eine Befragung von älteren Talk-Zuschauern. In: Schneiderbauer, Christian (Hrsg.): Daily Talkshows unter der Lupe. Wissenschaftliche Beiträge aus Forschung und Praxis. München 2001, S. 179-207
- Thussu, Daya Kishan: News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment. London 2007
- Trebbe, Joachim/ Bertil Schwotzer: Fernsehunterhaltung: Platzierung, Formate, Produktionscharakteristika. In: Lantzsich, Katja/ Altmeyden, Klaus-Dieter/ Will, Andreas (Hrsg.): Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. Wiesbaden 2010, S. 67-80
- Trebbe, Joachim/ Maurer, Torsten: „Unterhaltungspublizistik“. Journalistische Gratwanderungen zwischen Fernsehinformation und Fernsehunterhaltung. In: Scholl, Armin/ Renger, Rudi/ Blöbaum, Bernd (Hrsg.): Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Wiesbaden 2007, S. 211-231
- Utray, Francisco/ Ruit, Belen/ Moreiro, Jose Antonio: Maximum font size for subtitles in Standard Definition Digital Television: test for a font magnifying application. In: Matamala, Anna/ Orero, Pliar: Listening to subtitles. Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing. Bern 2010, S.61-68
- Vorderer, Peter: Unterhaltung durch Fernsehen: Welche Rolle spielen parasoziale Beziehungen zwischen Zuschauern und Fernsehakteuren? In: Klingler, Walter/ Roters, Gunnar/ Zöllner, Oliver: Fernsehforschung in Deutschland. Themen, Akteure, Methoden. Baden-Baden 1998, S. 689-707
- Vorderer, Peter: Was wissen wir über Unterhaltung? In: Schmidt, Siegfried/ Westerbarkey, Joachim/ Zurstiege, Guido: äffektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung. Münster 2003, S. 111-131
- Vorderer, Peter: Kommunikationswissenschaftliche Unterhaltungsforschung: Quo Vadis? In: Wirth, Werner/ Schramm, Holger/ Gehrau, Volker (Hrsg.): Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung. Köln 2006, S. 47-58

- Wempe, Karin/ Walther, Ulrike: „Gebärdensprache auch ins Fernsehen“ – ein Aktionstag in Hamburg. In: Donath, Peter/ Hase, Ulrike/ Prillwitz, Siegmund/ Wempe, Karin (Hrsg.): Eine Minderheit verschafft sich Gehör. Textdokumentation zur Anerkennung der Gebärdensprache Gehörloser. Seedorf 1996, S. 159-163
- Wildenmann, Rudolf/ Kaltefleiter, Werner: Funktionen der Massenmedien. Frankfurt am Main 1965
- Wirth, Werner/ Schramm, Holger: Hedonismus als zentrales Motiv zur Stimmungsregulierung durch Medien? Eine Reflexion der Mood-Management-Theorie Zillmanns. In: Wirth, Werner/ Schramm, Holger/ Gehrau, Volker: Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung. Köln 2006, S. 59-79
- Wirth, Werner/ Schramm, Holger/ Böcking, Saskia: Emotionen bei der Rezeption von Unterhaltung. Eine Diskussion klassischer und aktueller Ansätze zur Erklärung medial vermittelter Emotionen. In: Frizzoni, Brigitte/ Tomkowiak, Ingrid: Unterhaltung. Konzepte – Formen – Wirkungen. Zürich 2006, S. 221-246
- Wirth, Werner: Involvement. In: Bryant, Jennings/ Vorderer, Peter: Psychology of Entertainment. Mahwah 2006, S.199-213
- Woelke, Jens: TV-Programmanalyse. Fernsehvollprogramme in Österreich. Bericht zur Frühjahrsstichprobe 2009. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. Band 2/2010. Wien 2010
- Wolf, Michael: The Entertainment Economy. How Mega-Media Forces Are Transforming Our Lives. New York 1999
- Woll, Bencie/ Sutton-Spence, Rachel/ Elton, Frances: Multilingualism: The global approach to sign languages. In: Ceil, Lucas: The Sociolinguistics of Sign Languages. Cambridge 2001, S. 8-32
- Wünsch, Carsten: Unterhaltungstheorien. Ein systematischer Überblick. In: Früh, Werner: Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie. Konstanz 2002, S. 15-48

- Wünsch, Carsten: Unterhaltungserleben. Ein hierarchisches Zwei-Ebenen-Modell affektiv-kognitiver Informationsverarbeitung. Köln 2006
- Zillmann, Dolf: Effect of Residual Excitation on the Emotional Response to Provocation and Delayed Aggressive Behaviour. In: Journal of Personality and Social Psychology 30 (1974/6), S. 782-791
- Zillmann, Dolf: Enhancement of Experienced Sexual Arousal in Response to Erotic Stimuli Through Misattribution of Unrelated Residual Excitation. Journal of Personality and Social Psychology 32 (1975/1), S. 69-75
- Zillmann, Dolf: Anatomy of Suspense. In: Tannenbaum, Percy (Hrsg.): The Entertainment Functions of Television. New Jersey 1980, S. 133-163
- Zillmann, Dolf/ Bryant, Jennings: Exploring the Entertainment Experience. In: Bryant, Jennings/ Dolf, Zillmann: Perspectives on Media Effects. Hillsdale 1986, S. 303-324
- Zillmann, Dolf: Mood Management Through Communication Choices. In: The American Behavioural Scientist 31 (1988a/3), S. 327-340
- Zillmann, Dolf: Mood Management: Using entertainment to full advantage. In: Donohew, Lewis/ Sypher, Howard E./ Higgins, E. Tory (Hrsg.): Communication, social cognition, and affect. New Jersey 1988b, S. 147-171
- Zillmann, Dolf: Television Viewing and Physiological Arousal. In: Bryant, Jennings/ Zillmann, Dolf: Responding to the Screen. Reception and Reaction Processes. New Jersey 1991a, S. 103-133
- Zillmann, Dolf: Empathy: Affect from Bearing Witness to the Emotions of Others. In: Bryant, Jennings/ Zillmann, Dolf: Responding to the Screen. Reception and Reaction Processes. New Jersey 1991b, S. 135-167
- Zillmann, Dolf/ Bryant, Jennings: Entertainment as Media Effect. In: Bryant, Jennings/ Zillmann, Dolf: Media Effects. Advances in Theory and Research. Hillsdale 1994, 437-461

Zillmann, Dolf: The Coming of Media Entertainment. In: Zillmann, Dolf/ Vorderer, Peter: Media Entertainment. The Psychology of Its Appeal. Mahwah 2000, S. 1-20

Zillmann Dolf/ Bryant, Jennings: Entertainment as media effect. In: McQuail, Denis: McQuails's Reader in Mass Communication Theory. London 2002, S. 407-418

Zillmann, Dolf: Dramaturgy for Emotions From Fictional Narration. In: Bryant, Jennings/ Vorderer, Peter: Psychology of Entertainment. Mahwah 2006a, S. 215-238

Zillmann, Dolf: Empathy: Affective Reactivity to Others' Emotional Experiences. In: Bryant, Jennings/ Vorderer, Peter: Psychology of Entertainment. Mahwah 2006b, S. 151-197

Zorowka, Patrick: Pädaudiologie. In: Friedrich, Gerhard/ Bigenzahn, Wolfgang/ Zorowka, Patrick: Phoniatrie und Pädaudiologie. Einführung in die medizinischen, psychologischen und linguistischen Grundlagen von Stimme, Sprache und Gehör (4. Aufl.). Bern 2008, S. 345-417

Internetquellen

Diözese Linz Online: Wenn die Hände sprechen. 2005 wurde sie als eigene Sprache in der Verfassung anerkannt, die Gebärdensprache. Eine Bilanz. Linz, am 15.07.2010.
URL: http://dioezese-linz.at/redaktion/index.php/www.dioezeselinz.at/kirchenzeitung/index.phpwww?action_new=Lesen&Article_ID=55022 [Stand: 29.03.2011]

ORF Kundendienst: ORF Teletext für Hörbehinderte. Wien 2010
URL: <http://kundendienst.orf.at/technik/untertitel.html> [Stand: 18.01.2012]

ORF Kundendienst: Weiterer Ausbau der Barrierefreiheit von ORF-Programmen. Wien 2010. URL: <http://kundendienst.orf.at/programm/behinderung/barrierefreiheit.html> [Stand: 17.09.2010]

ORF Kundendienst: ORF-Stiftungsrat – positives Jahresergebnis 2010 einstimmig genehmigt. Wien 11.07.2011.
URL: <http://kundendienst.orf.at/unternehmen/menschen/gremien/110701.html>

[Stand 30.08.2011]

ORF-Medienforschung: Teletest, TV-Tagesreichweiten. Wien 2010.

URL: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/console.htm?y=1&z=10

[Stand: 27.07.2019]

ORF-Medienforschung: Entwicklung der Haushaltsausstattung 1986-2010. Wien 2010

URL: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/console.htm?y=4&z=10

[Stand: 18.01.2012]

Österreichischer Rundfunk (ORF): P-RL (Programmrichtlinien). Allgemeine Richtlinien des Österreichischen Rundfunks (ORF) für Programmgestaltung, Programmerstellung und Programmkoordination in Hörfunk, Fernsehen, Onlinediensten und Teletext. Ausgegeben am 15.11.2005

URL: <http://publikumsrat.orf.at/prl2006.pdf> [Stand: 16.09.2010]

Amtliche Quellen

Amtsblatt der Europäischen Union: Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über die Ausübung der Fernsehtätigkeit. Ausgegeben am 11.12.2007.

URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:332:0027:0045:DE:PDF>

[Stand: 23.01.2012]

Amtsblatt der Europäischen Union: Richtlinie 2010/13/EU (AVMD) des Europäischen Parlaments und des Rates über audiovisuelle Mediendienste. Ausgegeben am 10.03.2010

URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:DE:PDF>

[Stand 23.01.2012]

Bundesgesetzblatt (BGBl.) 1958/210 samt Zusatzprotokoll vom 20.3.1952, ausgegeben am 24.09.1958: Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten vom 4. November 1950.

URL: http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1958_210_0/1958_210_0.pdf

[Stand 18.01.2012]

Bundesgesetzblatt (BGBl.) 82/2005 I. Ausgegeben am 10.08.2005:

Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz – BGStG.

URL:

http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2005_I_82/BGBLA_2005_I_82.pdf

[Stand 11.03.2011]

Europäisches Parlament: SE 0099/2007. Schriftliche Erklärung zur Untertitelung aller öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme in der EU. Ausgegeben am 12.11.2007

URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+WDECL+P6-DCL-2007-0099+0+DOC+PDF+V0//DE&language=DE>

[Stand: 23.01.2012]

Generalversammlung der Vereinten Nationen: UN-Res 48/96 vom 20.12.1993.

URL: <http://www.un.org/esa/socdev/enable/dissre00.htm> [Stand 11.03.2011]

Generalversammlung der Vereinten Nationen: UN-Res. 61/106 CRPD vom 24.01.2007;

URL: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N06/500/79/PDF/N0650079.pdf?OpenElement>

[Stand 19.01.2012]

Generalversammlung der Vereinten Nationen: UN-Resolution 217A (III) vom 10.12.1948. Allgemeine Erklärung der Menschenrechte (AEM).

URL: <http://www.un.org/depts/german/grunddok/ar217a3.html> [Stand 19.01.2012]

Kanzlei des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte: EMRK. Europäischen Konvention zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten (i. d. F. der Protokolle 11 und 14). Ausgegeben im Juni 2010

URL: http://www.echr.coe.int/NR/rdonlyres/F45A65CD-38BE-4FF7-8284-EE6C2BE36FB7/0/GER_CONV.pdf

[Stand: 11.03.2012]

ORF-Gesetz i. d. F. 2010: Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk.

URL:

<http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785>

[Stand: 23.01.2012]

Anhang

Zusammenfassung Deutsch

Zusammenfassung Englisch

Lebenslauf Nina Küng

Fragebogen Langversion Deutsch

Fragebogen Kurzversion Deutsch

Fragebogen Langversion ÖGS

Fragebogen Kurzversion ÖGS

Fragebogen Langversion Untertitel

Fragebogen Kurzversion Untertitel

Kodebuch

Zusammenfassung:

Sinnlose Unterhaltung?

Das Unterhaltungserleben gehörloser Menschen vermittelt durch audiovisuelle Medien

Unterhaltung ist ein Phänomen, das je nach Thema und Fokus anders ausgelegt wird. Im Rahmen dieser Arbeit wird es in Anlehnung an Werner Fröh und Carsten Wunsch als Makroemotion definiert, die auf drei Grundprämissen basiert und danach verlangt, dass drei statische Hauptfaktoren, nämlich Situation, Medium und Person, miteinander harmonisieren (vgl. 2.2.4). Sie entsteht bevorzugt bei der Rezeption audiovisueller Medien und erfüllt eine Reihe wichtiger sozialer, politischer und ökonomischer Funktionen. Angebot und Zugang zu unterhaltungsfördernden, audiovisuellen Produkten werden daher von der öffentlichen Hand sichergestellt. Für die hörbeeinträchtigten Zuschauer/innen müssen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten den Ton substituieren. Generell gibt es zwei Formen der Tonsubstitution: Untertitel und Dolmetsch-Einblendungen. In der Praxis werden Dolmetsch-Einblendungen häufig nur bei Nachrichten eingesetzt. Untertitel ergänzen meistens alle anderen Programmformen. Die Eignung von Untertiteln zur Erschließung unterhaltungsfördernder Formate wird im Rahmen dieser Arbeit infrage gestellt, da sie Emotionen nur schwer vermitteln können. Dolmetsch-Einblendungen wurde das höhere Potenzial unterstellt, das Publikum zu unterhalten.

Mittels eines Experiments wurde der Einfluss der beiden Erschließungsformen auf das Unterhaltungserleben gehörloser Personen untersucht. Das Ergebnis stützt die beiden Annahmen: Tendenziell begünstigen Dolmetsch-Einblendungen das Unterhaltungserleben gehörloser Personen. Allerdings gilt es, bei deren Produktion gewisse Qualitätsstandards einzuhalten, ansonsten wird der gegenteilige Effekt erzielt. Untertitel sind ebenfalls geeignet, um Unterhaltungserleben zu vermitteln, allerdings nicht in demselben Umfang wie Dolmetsch-Einblendungen. Diese vermitteln den gehörlosen Rezipient/innen Unterhaltung viel sinnlicher!

Abstract:

Senseless Entertainment?

The entertainment experience of deaf people mediated through audiovisual media

Entertainment is a phenomenon which is specified in many different ways depending on theme and focus. Following Werner Früh and Carsten Wunsch it is defined as a macroemotion, which is based upon three main assumptions and longs for three crucial factors – situation, communication medium and person – to accord (cf. chapter 2.2.4). It occurs preferably within the reception of audiovisual media and fulfills a series of fundamental social, political and economic functions. Therefore, supply and access to entertainment-aiding audiovisual products are assured by public law. Consequently, the public service broadcasters are obliged to substitute the sound for the hearing impaired audience. In general, there are two forms of sound substitution: captions and sign language inserts. In practice, the flash of sign language interpreters is often just applied to news programs. All the other programs are amended by captions. Because of the limited ability to provoke emotions, the adequacy of captions for making entertainment-aiding TV-programs accessible to hearing impaired people is called into question within the thesis. On the contrary, sign language inserts are insinuated to have a far higher entertainment potential.

Supported by an experiment the impacts of both forms of sound substitution on the entertainment experience of deaf people are examined. The results of the experiment reinforce the two postulations above. The entertainment experience of deaf people tends to be more beneficial if sign language inserts are given. But these inserts need to meet certain (specific) quality standards, otherwise they have an adverse effect. Captions as well are suitable to trigger the entertainment experience, but not to the same extent as sign language inserts. For deaf recipients the inserts make entertainment not just sensible, but much more sensuous!



Mag^a. Nina Küng

Hofzeile

1190 Wien

ninakueng@yahoo.de

Staatsangehörigkeit: Österreich

Geburtstag: 09.10.1981

Geburtsort: Bludenz, Österreich

Wissenschaftlicher Werdegang

- 2008-2012 Universität Wien, Österreich
Studium: Doktor der Philosophie am
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
- 2000-2006 Universität Wien, Österreich
Studium: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft,
Politikwissenschaft
Abschluss: Mag. Phil.
- 05.06-06.06 Universidad de La Havanna, Cuba
Studium: Politikwissenschaft, Spanisch
Kooperation der Universität Wien mit den Vereinten Nationen (UNDP)
- 01.04-08.04 University of Cape Town, Südafrika
Studium: Study Semester Abroad Political Science
Spezialisierung auf südafrikanisches Verwaltungs- und
Verfassungsrecht

Seminare und Kurse

- 12.10 SPSS Statistics für Fortgeschrittene, ZID Universität Wien
- 11.10 Einführung in SPSS Statistics, ZID Universität Wien
- 10.08 Methodenwerkstatt >Konzeptkultur re-visited<
Graduiertenzentrum SOWI, Universität Wien

Veröffentlichungen

Regionale Identitätsbildung durch den ORF. Eine Untersuchung am Beispiel der Fernsehsendung „Vorarlberg heute“ (Diplomarbeit)

Sprachen

Deutsch (Muttersprache)

Englisch (native speaker)

Gebärdensprache (fortgeschrittene Kenntnisse)

Spanisch (Grundkenntnisse)

Fernsehen und Unterhaltung

1. Wie gern sehen Sie Fern?

- ☐ sehr gern
- ☐ eher gern
- ☐ eher ungern
- ☐ äußerst ungern

2. Wie verstehen Sie den Inhalt, den Sie sich im Fernsehen anschauen?

Sie können auch mehrere Kästchen ankreuzen!

- ☐ Ich sehe den Inhalt
- ☐ Ich lese die Untertitel
- ☐ Ich höre den Ton
- ☐ Ich folge dem ÖGS-Dolmetscher

3. Denken Sie bitte an Fernsehsendungen, durch die Sie sich gut unterhalten fühlen. Wie sehr treffen die folgenden Aussagen für Sie persönlich auf solche Sendungen zu?

	trifft voll zu	trifft zu	teils teils	trifft weniger zu	trifft nicht zu
Macht mir Spaß	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann etwas lernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
So kann ich die Zeit sinnvoll nutzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist eine schöne Abwechslung nach der Tageshetze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann dabei lachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich fühle mich nicht so allein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin gespannt dabei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist mir eine wertvolle Hilfe, wenn ich mir eine eigene Meinung bilden will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruhigt mich, wenn ich Ärger habe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Denken Sie bitte noch einmal an Fernsehsendungen, durch die Sie sich gut unterhalten fühlen. Wie sehr treffen die folgenden Aussagen für Sie persönlich auf solche Sendungen zu?

	trifft voll zu	trifft zu	teils teils	trifft weniger zu	trifft nicht zu
Ich habe das Gefühl dazu zu gehören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manche Personen in den Fernsehsendungen sind wie gute Freunde für mich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lenkt mich von Alltagssorgen ab	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bekomme neue Informationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist Gewohnheit für mich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann mich dabei entspannen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bringen viele Dinge, über die ich mich mit anderen unterhalten kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
So kann ich Langeweile vertreiben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann sehen, wie es anderen Leuten geht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. An welche Sendungen haben Sie gedacht?
Nennen Sie ein Beispiel!

6. Kennen Sie XXXXXXXXXX?

☐ ja

☐ nein

Fragen zur Sendung

7. Hat Sie das plötzliche Ende der Sendung gestört?

- ☐ ja
- ☐ ein bisschen
- ☐ eher nicht
- ☐ nein

8. Würden Sie die Sendung gerne weiter anschauen?

- ☐ ja
- ☐ nicht jetzt, später
- ☐ vielleicht
- ☐ nein

9. Jetzt noch einmal mit etwas Abstand betrachtet: Wie fühlten Sie sich im Großen und Ganzen beim Anschauen der Sendung? Beschreiben Sie Ihren Eindruck ganz allgemein, ohne an bestimmte Einzelheiten zu denken.

Kreuzen Sie ganz links an, wenn die Aussage voll und ganz zutrifft, und ganz rechts, wenn sie überhaupt nicht zutrifft. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	trifft voll und								trifft überhaupt nicht zu
angenehm	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
verträumt	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
interessiert	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
unzufrieden	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
nachdenklich	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
gut	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
mitfühlend	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
erfreut	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
negativ	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

10. Hier sind einige Aussagen über die Sendung. Gehen Sie bitte die Aussagen der Reihe nach durch und überlegen Sie, wie sehr sie Ihrer Meinung nach zutreffen.

Kreuzen Sie ganz links an, wenn die Aussage voll und ganz zutrifft, und ganz rechts, wenn sie überhaupt nicht zutrifft. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

	trifft voll und				trifft überhaupt nicht zu
Das Gezeigte betrifft mich persönlich in meinem Alltag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich hätte eigentlich viel lieber etwas ganz anderes gemacht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich konnte abschalten und den Alltag mit Familie, Schule oder Beruf vergessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manchmal konnte ich den Beitrag nicht mehr richtig genießen, weil mich das Gezeigte abgestoßen hat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Gezeigte ist wichtig für mein alltägliches Leben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fragen zu Ihrer Person

11. Geschlecht ☐ weiblich
☐ männlich

12. Alter _____

13. Wohnort

<input type="checkbox"/> Wien	<input type="checkbox"/> NÖ
<input type="checkbox"/> Steiermark	<input type="checkbox"/> Salzburg
<input type="checkbox"/> Kärnten	<input type="checkbox"/> OÖ
<input type="checkbox"/> Tirol	<input type="checkbox"/> Burgenland
<input type="checkbox"/> Vorarlberg	<input type="checkbox"/> Deutschland
<input type="checkbox"/> _____	

14. Höchst abgeschlossene Ausbildung

- ☐ Hauptschule
- ☐ Lehre
- ☐ Fachschule
- ☐ Matura
- ☐ Universität / FH/ Akademie
- ☐ Andere
- ☐ Keine

15. Ich bin ☐ gehörlos ☐ schwerhörig
☐ spätertaubt ☐ CI-Träger
☐ hörend

Bei der nächsten Frage können Sie auch mehrere Kästchen ankreuzen!

16. Ich kann ☐ ÖGS ☐ DGS
☐ ASL ☐ Deutsch
☐ andere Sprache

Sehr geehrte Damen und Herren,
dieser Fragebogen ist Teil einer anonymen Studie der Universität Wien. Dabei werden Ihnen Fragen zum Film gestellt, den Sie gerade gesehen haben. Bitte nehmen Sie sich 5 Minuten Zeit, um jede einzelne Frage zu beantworten.

1. Hat Ihnen der Film gefallen?

- ☐ ja
☐ eher ja
☐ eher nein
☐ nein

2. Jetzt noch einmal mit etwas Abstand betrachtet: Wie fühlten Sie sich im Großen und Ganzen beim Anschauen des Films? Beschreiben Sie Ihren Eindruck ganz allgemein, ohne an bestimmte Einzelheiten zu denken.

Kreuzen Sie ganz links an, wenn die Aussage voll und ganz zutrifft und ganz rechts, wenn sie überhaupt nicht zutrifft. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	trifft voll und					trifft überhaupt nicht zu
angenehm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
verträumt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
interessiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
unzufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
nachdenklich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
gut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
mitfühlend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
erfreut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

3. Hier sind einige Aussagen über den Film. Gehen Sie bitte die Aussagen der Reihe nach durch und überlegen Sie, wie sehr sie Ihrer Meinung nach zutreffen.

Kreuzen Sie ganz links an, wenn die Aussage voll und ganz zutrifft, und ganz rechts, wenn sie überhaupt nicht zutrifft. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

	trifft voll und								trifft überhaupt nicht zu
Das Gezeigte betrifft mich persönlich in meinem Alltag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich hätte eigentlich viel lieber etwas ganz anderes gemacht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich konnte abschalten und den Alltag mit Familie, Schule oder Beruf vergessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manchmal konnte ich den Beitrag nicht mehr richtig genießen, weil mich das Gezeigte abgestoßen hat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Gezeigte ist wichtig für mein alltägliches Leben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BITTE UMBLÄTTERN!

Fragen zu Ihrer Person

4. Geschlecht ☐ weiblich
 ☐ männlich

5. Alter _____

6. Wohnort ☐ Wien ☐ NÖ
 ☐ Steiermark ☐ Salzburg
 ☐ Kärnten ☐ OÖ
 ☐ Tirol ☐ Burgenland
 ☐ Vorarlberg ☐ Deutschland
 ☐ Schweiz ☐ Liechtenstein
 ☐ anderes Land

7. Höchst abgeschlossene Ausbildung ☐ Hauptschule
 ☐ Lehre
 ☐ Fachschule
 ☐ Matura
 ☐ Universität / FH/ Akademie
 ☐ Andere
 ☐ Keine

8. Ich bin ☐ gehörlos ☐ schwerhörig
 ☐ spätertaub ☐ CI-Träger
 ☐ hörend

Bei der nächsten Frage können Sie auch mehrere Kästchen ankreuzen!

9. Ich kann ☐ ÖGS ☐ DGS
 ☐ ASL ☐ Deutsch
 ☐ andere Sprache

Fernsehen für gehörlose Menschen

1. Magst Du gern Fernsehen schauen?


- ☐ sehr gern
- ☐ gern
- ☐ nicht so gern
- ☐ überhaupt nicht gern

2. Du schaust Fernsehen, wie verstehst Du den Inhalt?


Du kannst Mehrere ankreuzen!

- ☐ Ich sehe Film, Show, Doku ohne Untertitel
- ☐ Ich lese Untertitel
- ☐ Ich höre Ton
- ☐ Ich schaue ÖGS-Dolmetscher

3. Bitte an gute **Unterhaltung** Filme denken. Passen die folgenden Aussagen für Dich?

					
	Ja		mittel		Nein
Schauen macht Spaß	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann lernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schauen für mich Zeit sinnvoll	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schauen ist schöne Abwechslung nach dem Stress am Tag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann lachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nicht so allein fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt mir viel zum Nachdenken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin gespannt dabei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hilft mir viel, wenn ich mir eine eigene Meinung machen will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruhigt mich, wenn ich wütend bin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Denk bitte noch einmal an gute **Unterhaltung** Filme. Passen die folgenden Aussagen für dich?

					
	Ja		mittel		Nein
Ich habe das Gefühl dazu zu gehören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann Sorgen und Probleme anderer Menschen besser verstehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leute im Film sind wie Freunde für mich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fernsehen lenkt mich von Sorgen ab	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bekomme neue Informationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fernsehen ist Gewohnheit für mich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann entspannen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Im Film sind interessante Infos, die ich erzählen kann und plaudern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn mir fad ist, fernschauen gut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann sehen wie es anderen Leuten geht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

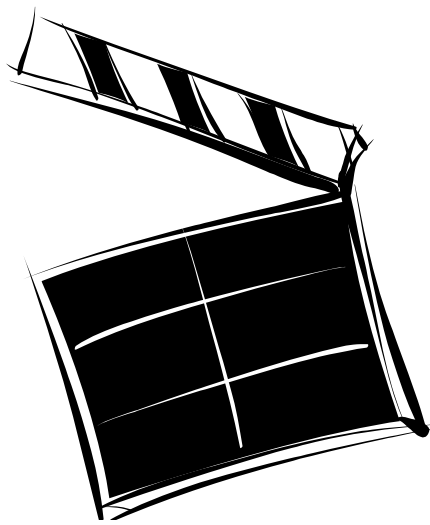
5. An welchen Unterhaltung Film hast du gedacht? Bitte ein Beispiel schreiben.

6. Kennst Du XXXXXXXXXX?

☐ ja

☐ nein

Bitte Film schauen!



7. Der Film ist plötzlich aus. Findest Du das schade?

- ☐ ja
- ☐ ein bisschen
- ☐ eher nicht
- ☐ nein

8. Magst Du Film gerne weiter anschauen?


- ☐ ja
- ☐ nicht jetzt, später
- ☐ vielleicht
- ☐ nein

9. Beim Film anschauen - wie fühltest Du Dich allgemein?




	Ja			mittel		Nein
Angenehm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verträumt fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interessant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nicht zufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nachdenklich fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gut fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitfühlend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freuen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Hier sind Aussagen über den Film. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

					
	Ja		mittel		Nein
Film Inhalt betrifft mich persönlich in meinem Alltag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich hätte lieber etwas anderes gemacht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich konnte abschalten und Alltag vergessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konnte Film manchmal nicht genießen, weil Inhalt zu „grausam“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Film Inhalt ist für mein Leben wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Hier sind Aussagen über den Film und die ÖGS Dolmetscher. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

					
	Ja		mittel		Nein
ÖGS Dolmetscher kann ich sehr gut verstehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Film mit ÖGS Dolmetscher ist zu kompliziert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ÖGS Dolmetscher schauen ist sehr anstrengend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Film mit ÖGS Dolmetscher finde ich super	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fragen zu SiMax

Das ist SiMax. SiMax kann ÖGS gebärden. Bitte anschauen.

12. Verstehst Du SiMax?

- ☐ ja
- ☐ viel
- ☐ teilweise
- ☐ nein

13. Wohin fliegt der Vogel?

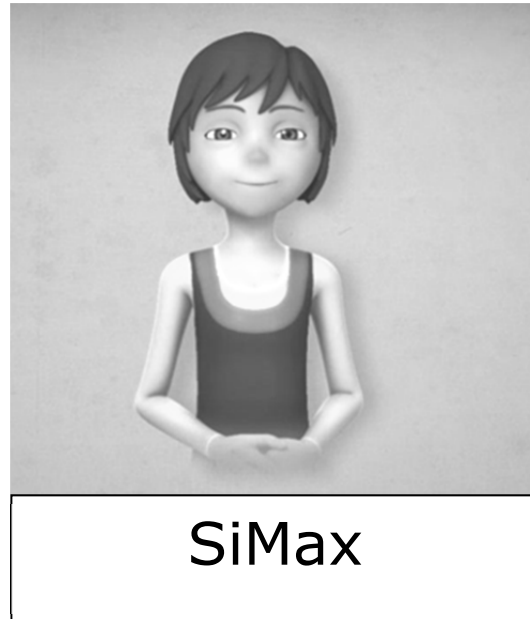
- ☐ Haus → Straße
- ☐ Garten → Wald
- ☐ Baum → Haus
- ☐ weiß nicht

14. Gefällt Dir SiMax?

- ☐ ja
- ☐ ein bisschen
- ☐ eher nicht
- ☐ nein

15. Magst Du gerne einmal einen Film sehen, bei dem SiMax dolmetscht?

- ☐ ja
- ☐ vielleicht
- ☐ nein



16. Geschlecht ☐ weiblich
 ☐ männlich

17. Alter _____

18. Wohnort ☐ Wien ☐ NÖ
 ☐ Steiermark ☐ Salzburg
 ☐ Kärnten ☐ OÖ
 ☐ Tirol ☐ Burgenland
 ☐ Vorarlberg ☐ Deutschland
 ☐ _____

19. Ausbildung (fertig) ☐ Hauptschule
 ☐ Lehre
 ☐ Fachschule
 ☐ Matura
 ☐ Universität / FH/ Akademie
 ☐ Andere
 ☐ Keine

20. Ich bin ☐ gehörlos ☐ schwerhörig
 ☐ späterschwerhörig ☐ CI-Träger
 ☐ hörend

Du kannst Mehrere ankreuzen!

21. Ich kann ☐ ÖGS ☐ DGS
 ☐ ASL ☐ Deutsch
 ☐ andere Sprache

Lieber Teilnehmer,


dieser Fragebogen ist für eine Studie der Universität Wien. Dabei werden Dir Fragen zum Film gestellt, den Du gerade gesehen hast. Bitte nimm Dir 10 Minuten Zeit, um jede einzelne Frage zu beantworten.

1. Hat Dir der Film gefallen?

- ☐ ja
- ☐ eher ja
- ☐ eher nein
- ☐ nein


2. Beim Film anschauen - wie fühltest Du Dich allgemein?

Wenn Du ganz rechts NEIN ankreuzt, dann stimmt die Aussage für Dich überhaupt nicht. Wenn du ganz links JA ankreuzt, dann trifft die Aussage für Dich zu. Mit den Kästchen dazwischen kannst Du Dein Urteil abstimen.




	Ja			mittel			Nein
Angenehm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verträumt fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interessant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nicht zufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nachdenklich fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gut fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitfühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freuen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Hier sind Aussagen über den Film. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

			
	Ja	mittel	Nein
Film Inhalt betrifft mich persönlich in meinem Alltag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich hätte lieber etwas anderes gemacht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich konnte abschalten und Alltag vergessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konnte Film manchmal nicht genießen, weil Inhalt zu „grausam“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Film Inhalt ist für mein Leben wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Hier sind Aussagen über den Film und die ÖGS Dolmetscher. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

			
	Ja	mittel	Nein
ÖGS Dolmetscher kann ich sehr gut verstehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Film mit ÖGS Dolmetscher ist zu kompliziert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ÖGS Dolmetscher schauen ist sehr anstrengend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Film mit ÖGS Dolmetscher finde ich super	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BITTE UMBLÄTTERN!

Fragen zur Person

5. Geschlecht ☐ weiblich
 ☐ männlich

6. Alter _____

7. Wohnort ☐ Wien ☐ NÖ
 ☐ Steiermark ☐ Salzburg
 ☐ Kärnten ☐ OÖ
 ☐ Tirol ☐ Burgenland
 ☐ Vorarlberg ☐ Deutschland
 ☐ Schweiz ☐ Liechtenstein
 ☐ anderes Land

8. Ausbildung (fertig) ☐ Hauptschule
 ☐ Lehre
 ☐ Fachschule
 ☐ Matura
 ☐ Universität / FH/ Akademie
 ☐ Andere
 ☐ Keine

9. Ich bin ☐ gehörlos ☐ schwerhörig
 ☐ spätertaubt ☐ CI-Träger
 ☐ hörend

Du kannst Mehrere ankreuzen!

10. Ich kann ☐ ÖGS ☐ DGS
 ☐ ASL ☐ Deutsch
 ☐ andere Sprache

Fernsehen für gehörlose Menschen

1. Magst Du gern Fernsehen schauen?


- ☐ sehr gern
☐ gern
☐ nicht so gern
☐ überhaupt nicht gern

2. Du schaust Fernsehen, wie verstehst Du den Inhalt?

Du kannst Mehrere ankreuzen!

- ☐ Ich sehe Film, Show, Doku ohne Untertitel
☐ Ich lese Untertitel
☐ Ich höre Ton
☐ Ich schaue ÖGS-Dolmetscher

3. Bitte an gute **Unterhaltung** Filme denken. Passen die folgenden Aussagen für Dich?

					
	Ja		mittel		Nein
Schauen macht Spaß	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann lernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schauen für mich Zeit sinnvoll	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schauen ist schöne Abwechslung nach dem Stress am Tag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann lachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nicht so allein fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt mir viel zum Nachdenken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin gespannt dabei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hilft mir viel, wenn ich mir eine eigene Meinung machen will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beruhigt mich, wenn ich wütend bin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Denk bitte noch einmal an gute **Unterhaltung** Filme. Passen die folgenden Aussagen für dich?

					
	Ja		mittel		Nein
Ich habe das Gefühl dazu zu gehören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann Sorgen und Probleme anderer Menschen besser verstehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leute im Film sind wie Freunde für mich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fernsehen lenkt mich von Sorgen ab	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bekomme neue Informationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fernsehen ist Gewohnheit für mich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann entspannen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Im Film sind interessante Infos, die ich erzählen kann und plaudern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn mir fad ist, fernschauen gut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann sehen wie es anderen Leuten geht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

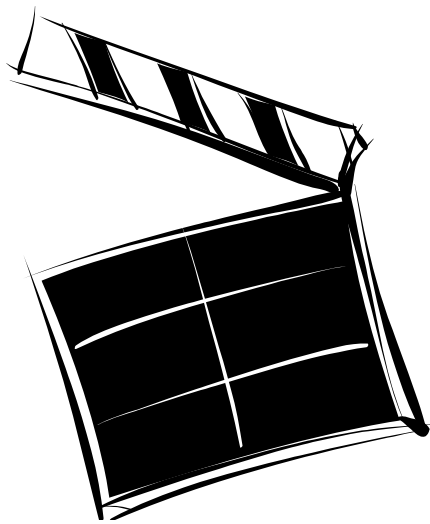
5. An welchen Unterhaltung Film hast du gedacht? Bitte ein Beispiel schreiben.

6. Kennst Du XXXXXXXXXX?

☐ ja

☐ nein

Bitte Film schauen!



7. Der Film ist plötzlich aus. Findest Du das schade?

- ☐ ja
- ☐ ein bisschen
- ☐ eher nicht
- ☐ nein

8. Magst Du Film gerne weiter anschauen?

- ☐ ja
- ☐ nicht jetzt, später
- ☐ vielleicht
- ☐ nein

9. Beim Film anschauen - wie fühltest Du Dich allgemein?




	Ja			mittel		Nein
Angenehm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verträumt fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interessant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nicht zufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nachdenklich fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gut fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitfühlend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freuen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Hier sind Aussagen über den Film. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

					
	Ja		mittel		Nein
Film Inhalt betrifft mich persönlich in meinem Alltag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich hätte lieber etwas anderes gemacht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich konnte abschalten und Alltag vergessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konnte Film manchmal nicht genießen, weil Inhalt zu „grausam“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Film Inhalt ist für mein Leben wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Hier sind Aussagen über Untertitel. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

					
	Ja		mittel		Nein
Untertitel kann ich gut verstehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Untertitel sind oft zu kompliziert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Untertitel lesen ist anstrengend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fragen zu SiMax

Das ist SiMax. SiMax kann ÖGS gebärden. Bitte anschauen.

12. Verstehst Du SiMax?

- ☐ ja
- ☐ viel
- ☐ teilweise
- ☐ nein

13. Wohin fliegt der Vogel?

- ☐ Haus → Straße
- ☐ Garten → Wald
- ☐ Baum → Haus
- ☐ weiß nicht

14. Gefällt Dir SiMax?

- ☐ ja
- ☐ ein bisschen
- ☐ eher nicht
- ☐ nein

15. Magst Du gerne einmal einen Film sehen, bei dem SiMax dolmetscht?

- ☐ ja
- ☐ vielleicht
- ☐ nein



SiMax

16. Geschlecht ☐ weiblich
 ☐ männlich

17. Alter _____

18. Wohnort ☐ Wien ☐ NÖ
 ☐ Steiermark ☐ Salzburg
 ☐ Kärnten ☐ OÖ
 ☐ Tirol ☐ Burgenland
 ☐ Vorarlberg ☐ Deutschland
 ☐ _____

19. Ausbildung (fertig) ☐ Hauptschule
 ☐ Lehre
 ☐ Fachschule
 ☐ Matura
 ☐ Universität / FH/ Akademie
 ☐ Andere
 ☐ Keine

20. Ich bin ☐ gehörlos ☐ schwerhörig
 ☐ späterschwerhörig ☐ CI-Träger
 ☐ hörend

Du kannst Mehrere ankreuzen!

21. Ich kann ☐ ÖGS ☐ DGS
 ☐ ASL ☐ Deutsch
 ☐ andere Sprache

Lieber Teilnehmer,

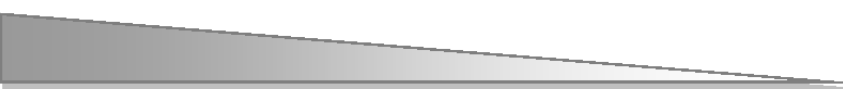
dieser Fragebogen ist für eine Studie der Universität Wien. Dabei werden Dir Fragen zum Film gestellt, den Du gerade gesehen hast. Bitte nimm Dir 10 Minuten Zeit, um jede einzelne Frage zu beantworten.

1. Hat Dir der Film gefallen?

- ☐ ja
☐ eher ja
☐ eher nein
☐ nein


2. Beim Film anschauen - wie fühltest Du Dich allgemein?

Wenn Du ganz rechts NEIN ankreuzt, dann stimmt die Aussage für Dich überhaupt nicht. Wenn du ganz links JA ankreuzt, dann trifft die Aussage für Dich zu. Mit den Kästchen dazwischen kannst Du Dein Urteil abstufen.




	Ja			mittel			Nein
Angenehm	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Verträumt fühlen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Interessant	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Nicht zufrieden	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Nachdenklich fühlen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Gut fühlen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Mitfühlen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Freuen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Negativ	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

3. Hier sind Aussagen über den Film. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

	
	Ja mittel Nein
Film Inhalt betrifft mich persönlich in meinem Alltag	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Ich hätte lieber etwas anderes gemacht	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Ich konnte abschalten und Alltag Vergessen	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Konnte Film manchmal nicht genießen, weil Inhalt zu „grausam“	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Film Inhalt ist für mein Leben wichtig	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>

4. Hier sind Aussagen über Untertitel. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

	
	Ja mittel Nein
Untertitel kann ich gut verstehen	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Untertitel sind oft zu kompliziert	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Untertitel lesen ist anstrengend	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>

BITTE UMBLÄTTERN!

Fragen zur Person

5. Geschlecht ☐ weiblich
 ☐ männlich

6. Alter _____

7. Wohnort ☐ Wien ☐ NÖ
 ☐ Steiermark ☐ Salzburg
 ☐ Kärnten ☐ OÖ
 ☐ Tirol ☐ Burgenland
 ☐ Vorarlberg ☐ Deutschland
 ☐ Schweiz ☐ Liechtenstein
 ☐ anderes Land

8. Ausbildung (fertig) ☐ Hauptschule
 ☐ Lehre
 ☐ Fachschule
 ☐ Matura
 ☐ Universität / FH/ Akademie
 ☐ Andere
 ☐ Keine

9. Ich bin ☐ gehörlos ☐ schwerhörig
 ☐ spätertaubt ☐ CI-Träger
 ☐ hörend

Du kannst Mehrere ankreuzen!

10. Ich kann ☐ ÖGS ☐ DGS
 ☐ ASL ☐ Deutsch
 ☐ andere Sprach

Lieber Teilnehmer,

dieser Fragebogen ist für eine Studie der Universität Wien. Dabei werden Dir Fragen zum Film gestellt, den Du gerade gesehen hast. Bitte nimm Dir 10 Minuten Zeit, um jede einzelne Frage zu beantworten.

1. Hat Dir der Film gefallen?


- ☐ ja
- ☐ eher ja
- ☐ eher nein
- ☐ nein

2. Beim Film anschauen - wie fühltest Du Dich allgemein?

Wenn Du ganz rechts NEIN ankreuzt, dann stimmt die Aussage für Dich überhaupt nicht. Wenn du ganz links JA ankreuzt, dann trifft die Aussage für Dich zu. Mit den Kästchen dazwischen kannst Du Dein Urteil abstufen.

	Ja			mittel			Nein
Angenehm	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Verträumt fühlen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Interessant	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Nicht zufrieden	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Nachdenklich fühlen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Gut fühlen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Mitfühlen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Freuen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Negativ	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

3. Hier sind Aussagen über den Film. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

	
	Ja mittel Nein
Film Inhalt betrifft mich persönlich in meinem Alltag	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Ich hätte lieber etwas anderes gemacht	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Ich konnte abschalten und Alltag Vergessen	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Konnte Film manchmal nicht genießen, weil Inhalt zu „grausam“	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Film Inhalt ist für mein Leben wichtig	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>

4. Hier sind Aussagen über Untertitel. Bitte schau ob die Sätze für dich passen.

	
	Ja mittel Nein
Untertitel kann ich gut verstehen	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Untertitel sind oft zu kompliziert	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Untertitel lesen ist anstrengend	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>

BITTE UMBLÄTTERN!

Fragen zur Person

5. Geschlecht ☐ weiblich
 ☐ männlich

6. Alter _____

7. Wohnort ☐ Wien ☐ NÖ
 ☐ Steiermark ☐ Salzburg
 ☐ Kärnten ☐ OÖ
 ☐ Tirol ☐ Burgenland
 ☐ Vorarlberg ☐ Deutschland
 ☐ Schweiz ☐ Liechtenstein
 ☐ anderes Land

8. Ausbildung (fertig) ☐ Hauptschule
 ☐ Lehre
 ☐ Fachschule
 ☐ Matura
 ☐ Universität / FH/ Akademie
 ☐ Andere
 ☐ Keine

9. Ich bin ☐ gehörlos ☐ schwerhörig
 ☐ späterschwerhörig ☐ CI-Träger
 ☐ hörend

Du kannst Mehrere ankreuzen!

10. Ich kann ☐ ÖGS ☐ DGS
 ☐ ASL ☐ Deutsch
 ☐ andere Sprache

Kodebuch Fragebogen 07 (UT & ÖGS)

NR Laufnummer

Stimulus Welcher Stimulus wurde eingesetzt?

- 1 Serie mit Ton
- 2 Serie mit UT
- 3 Serie mit DLE
- 4 Film mit Ton
- 5 Film mit UT
- 6 Film mit DLE
- 99 K. A.

Datum Tag der Erhebung

A1 TVSchau Schauen Sie gerne Fernsehen?

- 1 sehr gern
- 2 eher gern
- 3 eher ungern
- 4 äußerst ungern
- 99 K. A.

A2 TVErschließung Wie verstehen Sie den TV-Inhalt?

- | | | | | |
|------|-------------|-----------------------------|-------------|-------------------|
| A2.1 | Sehen | (Ich sehe den Inhalt) | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |
| A2.2 | Lesen | (Ich lese Untertitel) | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |
| A2.3 | Hören | (Ich höre den Ton) | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |
| A2.4 | Dolmetscher | (Ich folge dem Dolmetscher) | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |
| A2.5 | K.A. | (Keine Angabe) | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |

A3 Unterhaltungsfaktoren (Denken Sie bitte an Fernsehsendungen, durch die Sie sich gut unterhalten fühlen. Wie sehr treffen die folgenden Aussagen für Sie persönlich auf solche Sendungen zu?)

A3.1 Spaß (Macht mir Spaß)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils

- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.2 Lernen (Ich kann etwas lernen)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.3 Sinnvoll (So kann ich die Zeit sinnvoll nutzen)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.4 Abwechslung (Ist eine schöne Abwechslung nach der Tageshetze)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.5 Lachen (Ich kann dabei lachen)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.6 Allein (Ich fühle mich nicht so allein)

- 1 trifft voll zu

- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.7 Nachdenken (Gibt mir Anregungen und Stoff zum Nachdenken)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.8 Aufmerksamkeit (Ich bin gespannt dabei)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.9 Meinungsbildung (Ist mir eine wertvolle Hilfe bei der Meinungsbildung)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.10 Beruhigend (Beruhigt mich, wenn ich Ärger habe)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.11 Zugehörigkeit (Ich habe das Gefühl dazu zu gehören)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.12 Verständnis (Ich verstehe die Sorgen und Probleme anderer Menschen besser)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.13 Interaktion (Manche Personen in den TV-Sendungen sind wie gute Freunde für mich)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.14 Ablenkung (Lenkt mich von Alltagssorgen ab)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.15 Information (Ich bekomme neue Informationen)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils

- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.16 Gewohnheit (Ist Gewohnheit für mich)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.17 Entspannung (Ich kann mich dabei entspannen)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.18 Gesprächsstoff (Bringen viele Dinge über die ich mich mit anderen unterhalten kann)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.19 Zeitvertreib (So kann ich die Zeit verbringen)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

A3.20 Vergleich (Ich kann sehen wie es anderen Leuten geht)

- 1 trifft voll zu
 - 2 trifft zu
 - 3 teils teils
 - 4 trifft weniger zu
 - 5 trifft nicht zu
 - 99 K. A.
-

A4 USend (An welche Sendung haben Sie dabei gedacht?)

XX (String)

A5 XXXXXXXXXX (Kennen Sie XXXXXXXXXX?)

- 1 ja
- 2 nein
- 99 K. A.

B1 Involvement1 (Hat Sie das plötzliche Ende des Films gestört? Fanden Sie es schade?)

- 1 ja
- 2 ein bisschen
- 3 eher nicht
- 4 nein
- 99 K. A.

B2 Involvement2 (Würden Sie den Film gerne weiter anschauen?)

- 1 ja
- 2 nicht jetzt, später
- 3 vielleicht
- 4 nein
- 99 K. A.

B3 UIX Adjektive (Wie fühlten Sie sich im Großen und Ganzen beim Anschauen des Films? Beschreiben Sie Ihren Eindruck ganz allgemein, ohne an bestimmte Einzelheiten zu denken.)

B3.1V Angenehm

- 4 trifft voll zu
- 3 trifft zu
- 2 teils teils

1 trifft weniger zu
0 trifft nicht zu
99 K. A.

B3.2aSia Verträumt

4 trifft voll zu
3 trifft zu
2 teils teils
1 trifft weniger zu
0 trifft nicht zu
99 K. A.

B3.3aSek Interessiert

4 trifft voll zu
3 trifft zu
2 teils teils
1 trifft weniger zu
0 trifft nicht zu
99 K. A.

B3.4Vneg Unzufrieden

0 trifft voll zu
1 trifft zu
2 teils teils
3 trifft weniger zu
4 trifft nicht zu
99 K. A.

B3.5aSik Nachdenklich

4 trifft voll zu
3 trifft zu
2 teils teils
1 trifft weniger zu
0 trifft nicht zu
99 K. A.

B3.6V Gut

4 trifft voll zu

- 3 trifft zu
- 2 teils teils
- 1 trifft weniger zu
- 0 trifft nicht zu
- 99 K. A.

B3.7aSea Mitfühlend

- 4 trifft voll zu
- 3 trifft zu
- 2 teils teils
- 1 trifft weniger zu
- 0 trifft nicht zu
- 99 K. A.

B3.8V Erfreut

- 4 trifft voll zu
- 3 trifft zu
- 2 teils teils
- 1 trifft weniger zu
- 0 trifft nicht zu
- 99 K. A.

B3.9Vneg Negativ

- 0 trifft voll zu
- 1 trifft zu
- 2 teils teils
- 3 trifft weniger zu
- 4 trifft nicht zu
- 99 K. A.

B4 UIX Aussagen (Hier sind einige Aussagen über den Film. Gehen Sie bitte die Aussagen der Reihe nach durch und überlegen Sie, wie sehr die Aussagen Ihrer Meinung nach zutreffen)

B4.1 pSarneg Bezug zum Alltag (Gezeigte betrifft mich pers. im Alltag)

- 0 trifft voll zu
- 1 trifft zu
- 2 teils teils

3 trifft weniger zu
4 trifft nicht zu
99 K. A.

B4.2 pSskneg Andere Beschäftigung bevorzugt (Hätte lieber etwas anderes gemacht)

0 trifft voll zu
1 trifft zu
2 teils teils
3 trifft weniger zu
4 trifft nicht zu
99 K. A.

B4.3 pSsk Abschalten (Konnte abschalten, Alltag vergessen)

4 trifft voll zu
3 trifft zu
2 teils teils
1 trifft weniger zu
0 trifft nicht zu
99 K. A.

B4.4 pSgkkneg Inhalt war abstoßend (Konnte nicht genießen, Gezeigte abstoßend)

0 trifft voll zu
1 trifft zu
2 teils teils
3 trifft weniger zu
4 trifft nicht zu
99 K. A.

B4.5 pSarneg Inhalt persönlich bedeutend (Gezeigte wichtig für normales Leben)

0 trifft voll zu
1 trifft zu
2 teils teils
3 trifft weniger zu
4 trifft nicht zu
99 K. A.

B5 UT (Wie sehr treffen die folgenden Aussagen über Filmuntertitel Ihrer Meinung nach zu?)

B5.1 UT gut verstehen (Untertitel kann ich gut verstehen)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

B5.2 UT zu kompliziert (Untertitel sind oft zu kompliziert)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

B5.3 UT lesen anstrengend (Untertitel lesen ist anstrengend)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu
- 5 trifft nicht zu
- 99 K. A.

B6 ÖGS DOLM (Wie sehr treffen die folgenden Aussagen über die Verdolmetschung von Filmen in ÖGS Ihrer Meinung nach zu?)

B6.1 DOLMVerst (Ich verstehe ÖGS Dolmetscher sehr gut)

- 1 trifft voll zu
- 2 trifft zu
- 3 teils teils
- 4 trifft weniger zu

5 trifft nicht zu
99 K. A.

B6.2 DOLMAufbau (Die Verdolmetschung ist zu kompliziert)

1 trifft voll zu
2 trifft zu
3 teils teils
4 trifft weniger zu
5 trifft nicht zu
99 K. A.

B6.3 DOLMschau (Den Dolmetschern zuzuschauen ist sehr anstrengend)

1 trifft voll zu
2 trifft zu
3 teils teils
4 trifft weniger zu
5 trifft nicht zu
99 K. A.

B6.4 Einstellung zu DLE (Ich finde es sehr gut, wenn Filme verdolmetscht werden)

1 trifft voll zu
2 trifft zu
3 teils teils
4 trifft weniger zu
5 trifft nicht zu
99 K. A.

C1 AVAVerst (Verstehen Sie SiMax?)

1 ja
2 großteils
3 teilweise
4 nein
99 K. A.

C2 AVAInhalt (Wohin fliegt der Vogel?)

1 Haus → Straße
2 Garten → Wald

3 Baum → Haus
4 weiß nicht
99 K. A.

C3 AVASymp (Gefällt Ihnen SiMax?)
1 ja
2 ein bisschen
3 eher nicht
4 nein
99 K. A.

C4 AVAFilm (Würden Sie gerne einmal einen Film sehen, bei dem eine virtuelle Person wie SiMax dolmetscht?)
1 ja
2 vielleicht
3 nein
99 K. A.

Sex_D1 Geschlecht
1 weiblich
2 männlich

Alter_D2 Alter
1 XX (String)
99 K. A.

Wohn_D3 Wohnort
1 Wien
2 NÖ
3 Steiermark
4 Salzburg
5 Kärnten
6 OÖ
7 Tirol
8 Burgenland
9 Vorarlberg
10 Deutschland
11 Andere

- 12 Schweiz
- 13 Liechtenstein
- 99 K.A.

Bild_D4 Ausbildung (Höchst abgeschlossene Ausbildung)

- 1 Hauptschule
- 2 Lehre
- 3 Fachschule
- 4 Matura
- 5 Universität, FH, Akademie
- 6 Andere
- 7 Keine
- 99 K. A.

Hör_D5 Hörstatus

- 1 gehörlos
- 2 schwerhörig
- 3 spätertaubt
- 4 CI-Träger
- 5 hörend
- 99 K. A.

D6 Sprachen

- | | | | |
|------|---------|-------------|-------------------|
| D6.1 | ÖGS | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |
| D6.2 | DGS | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |
| D6.3 | ASL | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |
| D6.4 | Deutsch | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |
| D6.5 | Andere | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |
| D6.6 | K. A. | 1 trifft zu | 2 trifft nicht zu |