

Die Bedeutung von Gruppenprozessen für das Unterhaltungserleben

Eine Typenbildung am Beispiel der gemeinsamen Krimirezeption

Arne Freya Zillich

Das Nutzungsverhalten von Zuschauern erfährt eine Renaissance: Fernsehen wird wieder zum sozialen Ereignis. Man trifft sich gezielt mit Freunden und Bekannten, um Sendungen gemeinsam zu sehen. Dies zeigt sich insbesondere bei der Unterhaltungsrezeption. Die vorliegende Studie untersucht, ob sich das individuelle Unterhaltungserleben anhand typischer Merkmale charakterisieren lässt, die aus den Gruppenprozessen bei der gemeinsamen Krimirezeption resultieren. Basierend auf den Annahmen der Triadisch-dynamischen Unterhaltungstheorie und der Forschung zur Fernsehrezeption in der Gruppe wurde eine Feldstudie mit zwölf natürlichen Gruppen (n=49) aus Tatort-Zuschauern durchgeführt, die eine Befragung mit einer Videobeobachtung kombiniert. Cluster- und Korrespondenzanalysen konnten drei Typen identifizieren: 1) involviertes Spannungserleben bei der inaktiven Gruppenrezeption, 2) distanzierteres Tratscherleben bei der beiläufigen Gruppenrezeption, 3) empathisches Rätselerleben bei der aktiven Gruppenrezeption. Die Typen zeigen, dass Unterhaltung bei der gemeinsamen Krimirezeption auf vielfältige Weise durch die Charakteristika der Gruppenrezeption geprägt ist und tragen dazu bei, den Reiz am Fernsehen als Event zu spezifizieren.

Schlagwörter: Unterhaltungserleben, Fernsehrezeption, Gruppenprozesse, Feldstudie, Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie

1. Einleitung

In modernen Gesellschaften stellt die Fernsehrezeption zur Unterhaltung eine beliebte Freizeitaktivität dar. Das Nutzungsverhalten der Fernsehzuschauer hat sich im vergangenen Jahrzehnt verändert. Diese Entwicklung erfolgte vor dem Hintergrund sich wandelnder sozio-kultureller Bedingungen: Mittlerweile leben ca. 85 Prozent der deutschen Bevölkerung in Städten; die Mehrheit davon wohnt in Einpersonenhaushalten. Hinzu kommt, dass in immer mehr Haushalten mehrere Fernsehgeräte vorhanden sind (vgl. Statistisches Bundesamt 2011). Folglich wird Fernsehen zunehmend allein und nebenbei genutzt (vgl. Krotz 1994; Kuhlmann & Wolling 2004). Auch wenn die These, Fernsehen sei das elektronische Lagerfeuer der Neuzeit, um das sich die Gemeinschaft abends versammelt, damit überholt ist, stellt die gemeinsame Fernsicht noch immer eine empirisch relevante Nutzungskonstellation dar. Gemeinsames Fernsehen findet zum einen im eigenen Haushalt mit der Familie oder dem Partner statt und erfolgt oftmals habitualisiert (vgl. Großmann 2007; Lull 1980). Zum anderen trifft man sich gezielt mit Freunden, um ausgewählte Sendungen gemeinsam zu rezipieren. Dieses Phänomen wird als *Fernsehen als Event* bezeichnet: Fernsehen wird zum sozialen Ereignis. Die gemeinsame Fernsicht erfolgt in der Regel intendiert, umfasst Freunde, Bekannte oder Nachbarn und findet im häuslichen Rahmen¹ statt. Aktuelle Daten des AGF/GfK-Pa-

1 Die gemeinsame Fernsicht an öffentlichen Plätzen stellt empirisch noch immer eine Randerscheinung dar (vgl. Krotz 2001: 120ff.). Selbst während Fußballweltmeisterschaften mit

nels zeigen, dass diese Form der Fernsehrezeption in der Gruppe in jüngerer Zeit wieder an Bedeutung gewinnt (vgl. Gscheidle, Mohr & Niederauer-Kopf 2011).² Dies gilt insbesondere für die Fernsehrezeption zur Unterhaltung. So werden vor allem Sportübertragungen, Shows und serielle Formate, allen voran die Sonntagskrimis, in der Gruppe genutzt. Dabei ist unter den fiktionalen Formaten der *Tatort* beim Fernsehen als Event am beliebtesten (vgl. ebd.: 202).

Die Fernseh- und damit auch die Krimirezeption in der Gruppe bietet eine Möglichkeit für sozialen Kontakt und trägt gleichzeitig zur Unterhaltung der Zuschauer bei. In jüngerer Zeit erkennt die Forschung zunehmend an, dass die sozialen Rahmenbedingungen der Rezeption das Unterhaltungserleben der anwesenden Zuschauer beeinflussen können (vgl. Denham 2004; Früh 2002; Klimmt & Vorderer 2007; Tamborini 2003; Wirth & Schramm 2007). Beispielsweise nehmen Klimmt und Vorderer (2007: 91) an, dass „die Gruppensituation [...] in vielfältiger Weise zum Unterhaltungserleben der einzelnen anwesenden Rezipienten/innen [beiträgt].“ Allerdings mangelt es an empirischen Studien, welche die in der Gruppenrezeption wirksamen sozialen Prozesse betrachten. Vor diesem Hintergrund untersucht die vorliegende Studie, wie Unterhaltung bei der Krimirezeption in der Gruppe gestaltet ist. Hierbei steht die Frage im Mittelpunkt, ob sich das Unterhaltungserleben der Zuschauer anhand typischer Merkmale charakterisieren lässt, die aus den spezifischen Gruppenprozessen resultieren. Folgende Forschungsfrage gilt es zu beantworten: *Lassen sich Zuschauerotypen identifizieren, die sich hinsichtlich ihres Unterhaltungserlebens bei der Krimirezeption in der Gruppe unterscheiden?*

2. Unterhaltung durch Fernsehen

Die Forschung zu Unterhaltung hat in den vergangenen Jahren einen regelrechten Boom erlebt. Ungeachtet der gestiegenen Forschungsaktivität gibt es nach wie vor keine allgemein anerkannte Konzeption von Unterhaltung. Die vorliegende Studie folgt einer rezeptionsorientierten Perspektive und versteht Unterhaltung als eine Erlebensform des Rezipienten. Dieser Perspektive lassen sich zahlreiche Ansätze zuordnen. So wird Unterhaltung als affektive Disposition (vgl. Zillmann 1996), als Stimmungsregulierung (vgl. Zillmann 1988), als positive (Meta-)Emotion (vgl. Bartsch et al. 2006; Oliver 1993; Wirth & Schramm 2007) oder als Bedürfnisbefriedigung (vgl. Oliver & Raney 2011; Tamborini et al. 2010; Vorderer & Ritterfeld 2009) definiert. Allerdings eignen sich diese Ansätze nur eingeschränkt, um das Unterhaltungserleben bei der Fernsehrezeption in der Gruppe theoretisch zu konzipieren. Zum einen klammern sie die sozialen Bedingungen des Erlebens aus, zum anderen erachten sie die spezifischen Charakteristika des rezipierten Fernsehangebots als nachrangig. Jedoch kann sich das individuelle Unterhaltungserleben je nach Rezeptionssituation und Fernsehangebot unterscheiden. Eine Theorie, die diese Aspekte bei der theoretischen Konzeption von Unterhaltung berücksichtigt, ist die Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie (TDU) (vgl. Früh 2002, 2003). Sie konzipiert die soziale Situation als einen notwendigen Bedingungsfaktor für Unterhaltung. Zudem nimmt sie an, dass je nach Inhalt und formaler Gestaltung des Fernsehangebots unterschiedliche Facetten von Unterhaltung erlebt werden. Darüber hinaus wird die TDU den aktuellen Zwei-Prozess-Modellen des Unterhaltungserlebens gerecht, welche

„Public Viewing“-Veranstaltungen findet der Großteil der außerhäuslichen Fernsehnutzung in Privathaushalten statt (vgl. Gerhard, Kessler & Gscheidle 2010).

2 So waren gerade die Anfänge der Fernsehnutzung durch eine gemeinsame Nutzung mit Gästen gekennzeichnet (vgl. Kiefer 1999).

Unterhaltung über das angenehme Erleben hinaus durch weitere Kriterien definieren (vgl. Oliver & Raney 2011; Tamborini et al. 2010; Vorderer & Ritterfeld 2009). Diese Ansätze erachten die Befriedigung von Bedürfnissen des psychologischen Wohlbefindens als zentrales zusätzliches Definitionsmerkmal von Unterhaltung. Dabei scheinen insbesondere drei Bedürfnisse von Relevanz zu sein: sozialer Bezug, Autonomie und Kompetenz (vgl. Tamborini et al. 2010). Auf ähnliche Weise nimmt die TDU an, dass das Erleben von Souveränität/Selbstbestimmung und Kontrolle/Kompetenz ein inhärenter Bestandteil von Unterhaltung ist (vgl. Früh 2002: 108–111). Da die TDU sowohl Merkmale der sozialen Situation als auch des Medienangebots berücksichtigt und an aktuelle Ansätze des Unterhaltungserlebens anschlussfähig ist, bildet sie den theoretischen Hintergrund für die weitere Argumentation dieses Aufsatzes.

2.1 *Unterhaltung als angenehm erlebte Makroemotion*

Die TDU stellt eine Rahmentheorie dar, die die Grundannahmen von Unterhaltung durch audiovisuelle Medien formuliert und insbesondere für die Fernsehrezeption expliziert wurde. Die zentralen Bestandteile der TDU sind auf unterschiedlichen Abstraktionsebenen angesiedelt.

Auf der *ersten Ebene* geht sie davon aus, dass Unterhaltungserleben durch die Passung der drei Größen Person, Medium und Situation entsteht. Auf der Seite der *Person* sind zum einen fernsehspezifische Präferenzen für das Unterhaltungserleben relevant. Rezipienten fühlen sich vor allem von solchen Fernsehsendungen unterhalten, die ihren Genrevorlieben entsprechen (vgl. Früh 2002: 179–180). Zum anderen beeinflussen Persönlichkeitseigenschaften, insbesondere Extraversion, das individuelle Unterhaltungserleben (vgl. Oliver, Kim & Sanders 2006). Auf der Seite des *Medienangebots* interessiert das Unterhaltungspotenzial einer Fernsehsendung (vgl. Früh 2002: 182–183). Es entspringt zum einen den typischen konnotativen Bedeutungen vieler Genres und resultiert zum anderen aus der formalen Gestaltung der Sendung. Zuletzt beeinflussen Merkmale der *Situation* das Unterhaltungserleben. Eine wesentliche Voraussetzung für Unterhaltung ist, dass die Rezeptionssituation frei von externen Zwängen ist (vgl. Früh 2002: 184). Darüber hinaus ist relevant, ob die Rezeption allein oder zusammen mit anderen Personen erfolgt. Dieses situative Merkmal wurde in der bisherigen Unterhaltungsforschung kaum berücksichtigt. Für die Entstehung des Unterhaltungserlebens ist die Passung der drei Komponenten ausschlaggebend: Das Medienangebot muss zu den Präferenzen der Person passen und auch die Situation muss geeignet sein, Unterhaltung zu ermöglichen (vgl. Früh 2003: 39). Hierbei spielt die *Souveränitätskontrolle* eine zentrale Rolle. Bei der aktiven Kontrolle steuert der Zuschauer seine eigenen Gedanken, Gefühle und Handlungen. Passive Kontrolle wird ausgeübt, indem Restriktionen ignoriert oder verdrängt werden. Beispielsweise können Rezipienten in einer kontrollierten Umgebung virtuell riskante Handlungen miterleben, gesellschaftliche Normen brechen oder einfach nichts tun (vgl. Früh 2002: 108–109). Souverän entscheiden zu können, stellt einen konstitutiven Bestandteil von Unterhaltung dar.

Auf der *zweiten Ebene* wird Unterhaltung als ein dynamischer, transaktionaler Informationsverarbeitungsprozess spezifiziert. Auf der *Mikroebene* rezipiert der Zuschauer Szene für Szene die Fernsehsendung. Prinzipiell können dabei alle beliebigen positiven und negativen Emotionen entstehen (vgl. Früh 2003: 46). Das Unterhaltungserleben entsteht jedoch erst auf der *Makroebene*. Es kann als hierarchisch übergeordnete Makroemotion verstanden werden, die mit den Emotionen der Mikroebene transaktional verbunden ist. Durch eine Valenztransformation werden negative Emotionen der

Mikroebene in die angenehm erlebte Makroemotion Unterhaltung überführt (vgl. Früh 2002: 214; Wunsch 2006: 278-279).

Die Optimierung dieses Erlebens begründet die TDU auf der *dritten Ebene* mit grundlegenden Handlungszielen, die vom Menschen positiv erlebt werden. Nach Früh (2003: 29-31) werden abwechselnde Aktivierungszustände sowie die Beschäftigung mit internen oder äußeren Reizen als angenehm erfahren. Auch das erfolgreiche Arrangieren dieser Anforderungen wird vom Rezipient positiv erlebt.

Damit sind die elementaren Kriterien von Unterhaltung nach der TDU vorgestellt. Basierend auf diesen Annahmen wird Unterhaltungserleben als angenehm erlebte Makroemotion definiert, bei der mediale, personale und situative Faktoren kompatibel sind und der Rezipient die Gewissheit hat, die Fernsehsituation souverän zu kontrollieren (vgl. Früh 2002: 240). Dieser Kernbereich des Erlebens wird als *basales Unterhaltungserleben* bezeichnet. Es wird durch unterschiedliche Erlebensqualitäten ausdifferenziert.³

2.2 Erlebensqualitäten

Das Konzept der Erlebensqualitäten beschreibt die Vielschichtigkeit des subjektiven Unterhaltungserlebens bei der Fernsehrezeption (vgl. Hartmann 2006: 102). Rezipienten können Unterhaltung auf vielfältige Weise erleben, z. B. durch die Erfahrung eigener kognitiver Fähigkeiten oder durch empathisches Mitfühlen mit den Fernsehfiguren. Jede Erlebensqualität verfügt über eine spezifische Tönung, die das Unterhaltungserleben über den gemeinsamen Bedeutungskern hinaus kennzeichnet. Zudem können die einzelnen Qualitäten unterschiedlich stark zum Unterhaltungserleben der Rezipienten beitragen. Damit steht das Konzept der Erlebensqualitäten für eine subjektive Kategorie, welche das Empfinden der Rezipienten beschreibt und keine objektiven Merkmale der Medieninhalte bezeichnet (vgl. Wolling 2004). Hieraus lässt sich allerdings nicht schlussfolgern, dass Erlebensqualitäten unabhängig von den Eigenschaften eines Medienangebots sind. So zeichnen sich die verschiedenen Fernsehgenres meist durch einen typischen Inhalt aus, der beim Zuschauer eine Erwartung an ein gewisses Erleben hervorruft (vgl. Mikos 2008: 265). Auch die Erlebensqualitäten sind durch situative Einflüsse geprägt. Sie werden bei der Rezeption einer konkreten Fernsehsendung in einer bestimmten Situation empfunden. Während somit einzelne Erlebensqualitäten kennzeichnend für ein bestimmtes Genre sind, treffen andere auf zahlreiche Fernsehangebote zu (vgl. Vorderer, Klimmt & Ritterfeld 2004: 395).

Bei der gemeinsamen Rezeption eines Fernsehkrimis sind insbesondere die Erlebensqualitäten Empathie, Spannung, Rätseln und Tratschen relevant. So ist der Zusammenhang zwischen Unterhaltung und Empathie (vgl. Früh & Wunsch 2009), Spannung (vgl. Hoffner & Levine 2005) sowie Rätseln (Knobloch-Westerwick & Keplinger 2006) für die Krimirezeption empirisch belegt und kann für Tratschen theoretisch angenom-

3 Die TDU nimmt an, dass es keine einheitliche Makroemotion Unterhaltung gibt, sondern je nach Art des Stimulus und der Situation unterschiedliche Anteile am Erleben existieren. Trotzdem erlebt nicht jeder Zuschauer Unterhaltung anders, denn die Souveränitätskontrolle etabliert einen gemeinsamen Bedeutungskern von Unterhaltung (vgl. Früh 2002: 219-221). Damit bietet die TDU den theoretischen Rahmen, um zwischen basalem Unterhaltungserleben und Erlebensqualitäten zu unterscheiden. Allerdings formuliert Früh keine Annahmen, welche Qualitäten bei der Fernsehrezeption relevant sind, sondern verweist auf die Aufgabe der empirischen Forschung, die verschiedenen Anteile am Unterhaltungserleben nachzuweisen und zu spezifizieren (vgl. Früh 2003: 50).

men werden (vgl. Foster 2004). *Empathie* bezeichnet die „Fähigkeit und Tendenz einer Person, sich in andere Personen hineinzuversetzen und mit ihnen mitzuempfinden“ (Früh & Wunsch 2009: 191). *Spannung* beschreibt ein affektives Erleben, das durch die Ungewissheit einer Handlung und den damit einhergehenden Erwartungen an deren Ausgang entsteht (vgl. Vorderer 1996). Diese Ungewissheit wird vom Rezipienten als bewältigbar empfunden (vgl. Früh 2002: 189). Zudem ist das Unterhaltungserleben bei der Krimirezeption durch die Erlebensqualität *Rätseln* geprägt. Die krimispezifische Ereignis- und Handlungsstruktur evoziert Neugier auf vorenthaltene Informationen (vgl. Hoffmann 2007: 50). Diese betreffen vor allem den möglichen Täter, dessen Motiv und die Verknüpfung der einzelnen Hinweise im Laufe der Erzählung (vgl. Knobloch-Westerwick & Keplinger 2006). Darüber hinaus gilt es zu berücksichtigen, dass einzelne Qualitäten für die Fernsehrezeption in der Gruppe charakteristisch sind. Beim gemeinsamen Fernsehen bewerten Rezipienten das Gezeigte durch scherzhafte und ironische Äußerungen und vergnügen sich auf diese Weise (vgl. Klemm 2000: 187-194). Daher trägt zusätzlich die Erlebensqualität *Tratschen* zur Unterhaltung der Zuschauer bei. Tratschen stellt eine Form der Kommunikation dar, die wertende Äußerungen über dritte Personen beinhaltet (vgl. Foster 2004).

3. Gruppenprozesse bei der Fernsehrezeption

Die Fernsehrezeption zur Unterhaltung ist ein wesentlicher Bestandteil des menschlichen Alltags und somit unmittelbar in soziale Prozesse eingebunden. Dies zeigt sich insbesondere bei der Fernsehrezeption in der Gruppe. Gemeinsames Fernsehen stellt eine soziale Situation dar, die sich nicht nur darin unterscheidet, welche Angebote rezipiert werden, sondern auch in welchem Setting dies erfolgt. Bisher liegen nur wenige Studien vor, die sich mit der Wirkung der Rezeptionssituation auf das individuelle Unterhaltungserleben befassen. Sapolsky und Zillmann (1978) verglichen das Unterhaltungserleben bei der alleinigen und gemeinsamen Sportrezeption. Die Ergebnisse ihrer Studie zeigen, dass hierbei Prozesse der sozialen Kontrolle relevant sind. So wirken bei der Fernsehrezeption in der Gruppe auch Mechanismen, welche die Souveränität der Rezeption und damit das individuelle Unterhaltungserleben mindern können. Zillmann et al. (1986) fanden heraus, dass junge Männer und junge Frauen Horrorfilme vor allem in Anwesenheit einer Person des anderen Geschlechts als unterhaltend erleben. Sie nehmen an, dass das angenehm erlebte Überlegenheitsgefühl bei Jungen bzw. das Gefühl von Sicherheit bei Mädchen zu ihrem Unterhaltungserleben beiträgt. Damit verdeutlichen diese Studien, dass das Unterhaltungserleben der Zuschauer von der spezifischen sozialen Konstellation in der Rezeptionssituation geprägt wird. Dies liegt insbesondere an den komplexen Gruppenprozessen, die bei der gemeinsamen Rezeption stattfinden.

Im Rahmen der vorliegenden Studie wird angenommen, dass die Fernsehrezeption in der Gruppe das individuelle Unterhaltungserleben insbesondere auf drei Ebenen beeinflusst: auf der Ebene der Motive der Gruppenbildung, der Gruppenkohäsion und der Interaktion in der Gruppe. Sie stellen zentrale sozialpsychologische Konstrukte dar, die für das Verständnis intragruppaler Prozesse relevant sind. Dabei bilden sie die Vorbedingungen für Gruppenprozesse, ihre Konsequenzen sowie den unmittelbaren Umgang in der Gruppe ab und verbinden auf diese Weise die Mikro- mit der Mesoebene (vgl. Simon & Trötschel 2006). Für die vorliegende Studie werden diese Ebenen für die Fernsehnutzung in der Gruppe spezifiziert.

3.1 *Motive der gemeinsamen Fernsehnutzung*

Auf der ersten Ebene lassen sich die Motive der gemeinsamen Fernsehnutzung verorten. Sie veranschaulichen die individuellen Gründe, weshalb sich Zuschauer zur Gruppenrezeption treffen, und stellen damit die Vorbedingungen für Gruppenprozesse dar. Erste Anhaltspunkte bieten Arbeiten, welche die Motive der Sportrezeption betrachten und dabei – jedoch meist nur am Rande – auf die Nutzung in der Gruppe eingehen (vgl. Horky 2009; Raney 2006; Schramm & Klimmt 2003; Wenner & Gantz 1989). Sie zeigen, dass die Motivation für die gemeinsame Fernsehnutzung unter Freunden stärker im Event der Rezeption selbst als in der kognitiven und affektiven Auseinandersetzung mit dem Inhalt liegt. Dies äußert sich in folgenden Motiven:

Gemeinsames Erleben beinhaltet das Bedürfnis, gemeinsam mit anderen eine spezifische Stimmung zu erleben. Im Kreise von Freunden und Bekannten können Zuschauer ihren Emotionen freien Lauf lassen und Informationen über das Fernsehgeschehen austauschen (vgl. Horky 2009: 183; Schramm & Klimmt 2003: 67; Wenner & Gantz 1989: 257). Ebenso stellt gemeinsames Fernsehen eine Freizeitaktivität dar, bei der man *Geselligkeit* erfahren kann. Personen schauen zusammen mit anderen fern, um etwas mit der Freundesgruppe zu unternehmen (vgl. Horky 2009: 187), um sich dabei über verschiedene Themen zu unterhalten (vgl. Raney 2006: 323) oder um sich nicht allein zu fühlen (vgl. Schramm & Klimmt 2003: 81). Außerdem treffen sich Personen zum gemeinsamen Fernsehen aufgrund einer überdauernden *Gruppenzugehörigkeit*. Indem man sich zum gemeinsamen Fernsehabend verabredet, drückt man seine Bindung an die anderen Zuschauer aus (vgl. Horky 2009: 193). Ausschlaggebend ist, dass die Freunde die Sendung auch schauen (vgl. Schramm & Klimmt 2003: 80; Wenner & Gantz 1989: 258). Darüber hinaus stellt die Fernsehrezeption in der Gruppe zuweilen eine Option zum *Zeitvertreib* dar (vgl. Schramm & Klimmt 2003: 79; Wenner & Gantz 1989: 258). Die Motive der gemeinsamen Fernsehnutzung wirken sich auf das emotionale Erleben der Zuschauer aus. Rezipienten erwarten von der Fernsehrezeption in der Gruppe bestimmte Gratifikationen, welche zu ihrem individuellen Unterhaltungserleben beitragen (vgl. Nabi et al. 2006).

3.2 *Gruppenkohäsion*

Die zweite Einflussebene bildet die Gruppenkohäsion, eine Konsequenz von Gruppenprozessen. Unter der Kohäsion einer Gruppe wird der Zusammenhalt der Gruppenmitglieder verstanden. Hierunter fallen alle Prozesse, die die Mitglieder einer Gruppe vereinen (vgl. Dion 2000). Damit beschreibt sie das Ausmaß der Bindung an die eigene Gruppe. Die einzelnen Gruppenmitglieder können sich in unterschiedlichem Ausmaß als Teil der Gruppe sehen. Diese *wahrgenommene Gruppenkohäsion* wird definiert als „an individual’s sense of belonging to a particular group and his or her feelings of morale associated with membership in the group“ (Bollen & Hoyle 1990: 482). Sie drückt die Bewertung eines Gruppenmitglieds über ihre eigene Beziehung zur Gruppe aus. Die subjektive Einschätzung des Gruppenzusammenhalts trägt zum emotionalen Erleben der einzelnen Gruppenmitglieder bei (vgl. Parkinson, Fischer & Manstead 2005: 92-93). Auf diese Weise beeinflusst die wahrgenommene Gruppenkohäsion das individuelle Unterhaltungserleben der Rezipienten.

3.3 Interaktion in der Gruppe

Die dritte Ebene betrachtet den direkten Umgang der Zuschauer in der spezifischen Rezeptionssituation und umfasst die Interaktion in der Gruppe. Sie wird als sprachliches oder nichtsprachliches Verhalten definiert, durch das zwei oder mehr Personen unmittelbar miteinander verkehren (vgl. Bales 1956: 148). Zum einen tauschen Zuschauer in fernsehbegleitenden Gesprächen Informationen über die Figuren und die Handlung aus und deuten den Fortgang der Sendung. Auf diese Weise unterstützen sie sich beim Verstehen des Fernsehinhalts, wodurch Unterhaltung erst ermöglicht oder noch intensiviert wird. Darüber hinaus eignen sich Rezipienten den Fernsehinhalt kreativ an und verfremden ihn. Durch diesen spielerischen Umgang mit dem Fernsehangebot tragen sie aktiv zu ihrer Unterhaltung bei (vgl. Klemm 2000). Zum anderen werden nichtsprachliche Verhaltensweisen eingesetzt, um erlebte Emotionen auszudrücken und Botschaften über die Beziehung zu den Interaktionspartnern zu kommunizieren (vgl. Anderson, Guerrero & Jones 2006). Auf diese Weise kann das verbale und nonverbale Verhalten der Rezipienten emotionale Reaktionen bei den anderen anwesenden Zuschauern auslösen und ihr Unterhaltungserleben beeinflussen.

Die im Rahmen dieser Studie betrachteten Ebenen spiegeln die Vorbedingungen für Gruppenprozesse, ihre Konsequenzen und den unmittelbaren Umgang in der Gruppe wider. Auf allen drei Ebenen wirken sich die Charakteristika der Gruppensituation auf das individuelle Unterhaltungserleben aus. Neben der Rezeptionssituation beeinflussen nach der TDU zudem Merkmale der Person und des Medienangebots das Unterhaltungserleben. Dieses komplexe Beziehungsgeflecht lässt sich mit einer systematischen Typenbildung adäquat untersuchen. Dies wird nachfolgend am Beispiel der gemeinsamen Krimirezeption demonstriert.

4. Methodisches Vorgehen

4.1 Design der Studie

Um Zuschauerotypen zu identifizieren, die sich hinsichtlich ihres Unterhaltungserlebens bei der Krimirezeption in der Gruppe unterscheiden, wurde eine Feldstudie mit zwölf natürlichen Gruppen aus 49 *Tatort*-Zuschauern durchgeführt. Der *Tatort* zählt nicht nur zu den meistgesehenen Fernsehfilmen in Deutschland (vgl. Zubayr & Gerhard 2011), sondern stellt auch beim Fernsehen als Event die beliebteste fiktionale Sendung dar (vgl. Gscheidle et al. 2011). Im Rahmen der Studie wurde eine Ad-hoc-Stichprobe von *Tatort*-Zuschauern verwendet, die sich aus Bürgern einer Stadt mittlerer Größe zusammensetzt. Die Erhebung der Daten fand im Zeitraum vom 6. September bis 25. November 2010 statt. Die Rekrutierung der Studienteilnehmer erfolgte in zwei Kneipen, in denen sich meist junge Zuschauer sonntagabends zur *Tatort*-Rezeption in der Gruppe treffen. Voraussetzung für die Teilnahme an der Studie war, dass die Gruppe mindestens aus drei Personen besteht, welche in dieser Konstellation bereits mindestens ein Mal gemeinsam *Tatort* geschaut haben. Die Untersuchung fand an einem selbstgewählten Abend in den privaten Räumen der Studienteilnehmer statt.

Die Stichprobe umfasst 49 Personen, die sich auf zwölf Gruppen verteilen. Die Größe der Gruppe variiert zwischen drei und neun Personen. Das Durchschnittsalter der Stichprobe liegt bei 24 Jahren. Frauen sind mit 61 Prozent der Teilnehmer häufiger vertreten als Männer. Zudem verfügen alle Personen über Abitur und leben mehrheitlich (63 Prozent) in Haushalten mit drei oder mehr Personen.

Für die Untersuchung wurde eine bereits im deutschen Fernsehen ausgestrahlte Folge des *Tatorts* verwendet. Um sicherzustellen, dass möglichst wenige Studienteilnehmer die

Folge vor der Untersuchung gesehen hatten bzw. sich möglichst wenig an sie erinnerten, sollte der *Tatort* mindestens zwei Jahre alt sein. Um zudem zu gewährleisten, dass die Machart des Films und die äußere Erscheinung der Figuren noch zeitgemäß sind, sollte er nicht älter als vier Jahre sein. Damit beschränkte sich der Zeitraum der Erstausstrahlung auf die Jahre 2006 bis 2008. Da das Unterhaltungserleben darüber hinaus maßgeblich durch die Charaktere und die Handlung des *Tatorts* geprägt ist, sollte es sich um ein beliebtes Ermittlerteam und eine beliebte Folge handeln. Basis für die Auswahl des Stimulus waren die Ranglisten der Internetseite www.tatort-fundus.de (Stand April 2010).⁴ Für die Untersuchung wurde der Münsteraner *Tatort* „Wolfsstunde“ verwendet. Das Münsteraner Team ist das beliebteste aktive Ermittlerteam und „Wolfsstunde“ die beliebteste Folge, die zwischen 2006 und 2008 ausgestrahlt wurde. Sie handelt von der Vergewaltigung und Ermordung einer jungen Studentin durch einen Serientäter. Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde eine postrezeptive schriftliche Befragung mit einer nicht teilnehmenden Videobeobachtung kombiniert.

4.2 Befragung

Gemäß der theoretischen Konzeption von Unterhaltungserleben gilt es, zum einen das basale Unterhaltungserleben und zum anderen spezifische Erlebensqualitäten zu operationalisieren (vgl. Anhang). Für die Operationalisierung des basalen Unterhaltungserlebens wurde auf den TDU-Unterhaltungsindex (vgl. Früh, Wünsch & Klopp 2004) zurückgegriffen. Gemäß der TDU wird Unterhaltung als eine angenehm erlebte Makroemotion verstanden, bei der aktive und passive Souveränität gegeben sind. Der TDU-Unterhaltungsindex bildet diese Kriterien anhand einer einleitenden Instruktion und insgesamt 14 Items ab. Da sich sowohl die Formulierung der Instruktion als auch die einzelner Items im Rahmen des Pretests als schwer verständlich erwiesen, wurde das Messinstrument angepasst.⁵

Als Erlebensqualitäten wurden Empathie, Spannung, Rätseln und Tratschen erhoben. Die empirische Erfassung von Empathie orientierte sich an der Itemformulierung von Früh und Wünsch (2009).⁶ Anhand von acht Items wurde das empathische Empfinden der Zuschauer gegenüber der zentralen Zeugin im *Tatort* gemessen. Spannung wurde über die Adjektive „spannend“, „aufregend“ und „langweilig“ erhoben; sie haben sich in mehreren Studien zu Unterhaltung durch Medien als geeignete Operationalisierung von Spannung erwiesen (vgl. Knobloch-Westerwick et al. 2009; Madrigal et al.

4 Auf dieser Internetseite können Internetnutzer alle bisher ausgestrahlten *Tatort*-Folgen bewerten.

5 Die ursprüngliche Instruktion „Was empfanden oder fühlten Sie...?“ wurde in „Wie fühlten Sie sich...?“ umformuliert. Auf diese Weise wurde der Bezug zum eigenen Erleben noch stärker herausgestellt. Damit einhergehend wurden die ursprünglichen Adjektive in Aussagen überführt. Bei den Items zur passiven Souveränität wurden zwei Items, die ursprünglich aus einem Haupt- und einem Nebensatz bestanden, auf eine Aussage reduziert. Somit wurde sichergestellt, dass sich alle Befragten auf diese Aussage und nicht nur auf eine der beiden Teilaussagen beziehen.

6 Für die vorliegende Studie wurde ein Item aus der ursprünglichen Skala ausgeschlossen, welches die Motivation der Zuschauer erhebt, anderen zu helfen. Denn empirisch lässt sich kein direkter Zusammenhang zwischen Empathie und der Bereitschaft, anderen zu helfen, nachweisen (vgl. Steins 2009: 725). Aufgrund der exponierten Stellung der zentralen Zeugin im *Tatort* wurde Empathie ausschließlich für diese Figur gemessen. Daher wurden die ursprünglichen Items hinsichtlich ihrer im Film dargestellten Erfahrungen spezifiziert.

2011). Rätseln wurde über drei Items erhoben, die sich auf den möglichen Täter, dessen Motiv und die Verknüpfung der einzelnen Hinweise beziehen. Zusätzlich bildet ein Item in negierter Formulierung die Tendenz ab, beim Anschauen des *Tatorts* mitzurätseln. Tratschen wurde in Anlehnung an die Skala von Nevo, Nevo und Derech-Zehavi (1993) für die drei Themenbereiche „äußere Erscheinung“, „Berufsleben“ und „Sozialleben“ über insgesamt vier Items erfasst. Zusätzlich erhebt ein Item in der negierten Form die generelle Tendenz, über die Figuren des Films zu reden.

Die Gruppenprozesse, die im Rahmen der schriftlichen Befragung erfasst wurden, betreffen die Motive der gemeinsamen *Tatort*-Nutzung und die wahrgenommene Gruppenkohäsion. Als Motive wurden „Gemeinsames Erleben“, „Geselligkeit“, „Gruppenzugehörigkeit“ und „Zeitvertreib“ erhoben. Für die vorliegende Studie wurde eine Itemliste generiert, welche diese Motive abbildet (vgl. Anhang). Die wahrgenommene Gruppenkohäsion wurde anhand der „Perceived Cohesion Scale“ von Bollen und Hoyle (1990) erfasst. Da bisher keine deutsche Version der Skala vorliegt, wurden die Items für die Studie übersetzt.

Darüber hinaus wurden die Persönlichkeitseigenschaften Extraversion, Neurotizismus, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit und Offenheit für Erfahrung erfasst. Hierzu wurde die Kurzskala BFI-10 von Rammstedt und John (2006) verwendet.

Alle Items wurden über eine fünfstufige Antwortskala mit den Polen „trifft überhaupt nicht zu“ und „trifft voll und ganz zu“ erhoben. Um empirisch zu überprüfen, ob sich die Items zur Indexbildung eignen, wurde eine Itemanalyse durchgeführt. Dabei wurden zwei Items des TDU-Unterhaltungsindex ausgeschlossen, die sich durch eine negative bzw. sehr niedrige Trennschärfe auszeichneten.⁷ Für das basale Unterhaltungserleben wurde gemäß dem TDU-Unterhaltungsindex ein multiplikativer Index gebildet (vgl. Früh et al. 2004). Die Items der vier Erlebensqualitäten wurden jeweils zu einem additiven Index zusammengefasst. Ebenso wurden die Items zur Erfassung der wahrgenommenen Gruppenkohäsion summiert. Alle Indizes zeichnen sich durch eine angemessene Reliabilität aus.⁸

4.3 Beobachtung

Die Videobeobachtung erhob die Interaktionsprozesse bei der gemeinsamen *Tatort*-Rezeption. Dabei galten die Gruppe und ihre Aktivitäten als Untersuchungseinheit. Die Codiereinheit war die Interaktionssequenz, welche durch einen Wechsel der Akteure angezeigt wird (vgl. Bales 1956: 158). Die aufgezeichneten sprachlichen und nichtsprachlichen Verhaltensweisen wurden von zwei Codierern transkribiert und codiert. Dabei wurde die Häufigkeit dieser Verhaltensweisen erfasst. In Anlehnung an Klemm (2000) konnten die sprachlichen Verhaltensweisen folgenden zwölf Sprachhandlungsmustern zugeordnet werden: Organisieren, emotionales Verarbeiten, Verständnissichern, Medi-

7 Das Item „Ich war nachdenklich“ wurde aus der Analyse ausgeschlossen, da es eine negative Trennschärfe von $r_{ix} = -.21$ hat. Das Item „Ich fühlte mit“ hat eine Trennschärfe von $r_{ix} = .01$ und wurde ebenfalls ausgeschlossen.

8 Die Reliabilität wurde für den TDU-Unterhaltungsindex ($\alpha = .71$), die Skala zu Empathie ($\alpha = .75$) und die Skala zur wahrgenommenen Gruppenkohäsion ($\alpha = .94$) anhand des Koeffizienten Cronbachs Alpha bestimmt. Da Cronbachs Alpha bei geringer Itemanzahl die untere Grenze der Reliabilität angibt und die wahre Zuverlässigkeit meist höher ausfällt, wurden für die Erlebensqualitäten Spannung, Tratschen und Rätseln sowie die fünf Persönlichkeitseigenschaften einfache Interitemkorrelationen berechnet. Sie erreichen insgesamt zufriedenstellende mittlere ($r > .30$) bis hohe ($r > .50$) Korrelationswerte.

enverweise, Medienrekonstruktionen, Deuten, Übertragen und Einordnen, Bewerten, Pseudokommunikation, Tratschen, fernsehunabhängige Sprachhandlungen, Rahmenbedingungen. Die nichtsprachlichen Verhaltensweisen erfassen, ob sich ein Zuschauer dem Fernsehgerät bewusst zuwendet, sich von ihm bewusst abwendet oder sich bewusst einem Gruppenmitglied zuwendet. Dies konnte durch das Blickverhalten, Kopfbewegungen, Gesten und Körpermotorik erfolgen. Die Intercoderreliabilität nach Holsti ist sowohl für die sprachlichen ($R = .70$) als auch die nichtsprachlichen Verhaltensweisen ($R = .98$) zufriedenstellend.

5. Ergebnisse

Im Mittelpunkt der Studie steht die Frage, ob sich das Unterhaltungserleben anhand typischer Merkmale beschreiben lässt, die auf den jeweiligen Spezifika der Gruppe basieren. Hierzu wurde eine systematische, empirisch begründete Typenbildung durchgeführt (vgl. Kelle & Kluge 2010). In die Typenbildung gingen drei Kategorien ein, welche die Gruppenprozesse erheben (Motive der gemeinsamen *Tatort*-Nutzung, wahrgenommene Gruppenkohäsion, Interaktion in der Gruppe) und fünf Kategorien, die das Unterhaltungserleben erfassen (basales Unterhaltungserleben, Empathie, Spannung, Rätseln, Tratschen). Zur Gruppierung der Fälle wurde das Konzept des Merkmalsraums⁹ eingesetzt und durch statistische Verfahren ergänzt. Sie erfolgte in drei Schritten: Zunächst wurden Typen von Gruppenmitgliedern gebildet, die sich hinsichtlich der betrachteten Gruppenprozesse unterscheiden. Die relevanten Vergleichsdimensionen umfassen hierbei das Ausmaß der Motivation, der Kohäsion und der Interaktion in der Gruppe.¹⁰ Um den Merkmalsraum auf eine überschaubare Anzahl an Typen zu reduzieren, wurde eine Clusteranalyse nach Complete-Linkage-Verfahren mit Simple-Matching-Koeffizient durchgeführt. Auf diese Weise wurden vier Cluster¹¹ identifiziert, welche als Typen von Gruppenmitgliedern interpretiert werden: „Aktive, motivierte Gruppenmitglieder“, „Inaktive, motivierte Gruppenmitglieder“, „Aktive“ und „Mitläufer“. Auf gleiche Weise wurden in einem zweiten Schritt die Zuschauer anhand der Kategorien zum Unterhaltungserleben gruppiert. Es ließen sich drei Typen¹² bestimmen: „Involviertes Spannungserleben“, „Distanziertes Tratscherleben“ und „Empathisches Rätselerleben“. Diese beiden Typologien wurden in einem dritten Schritt im Rahmen einer Korrespondenzanalyse miteinander kombiniert. Sie wurde auf Basis des Distanzmaßes Chi-Quadrat und der symmetrischen Normalisierungsmethode durchgeführt. Auf diese Weise lassen sich drei Typen des Unterhaltungserlebens bei der Krimirezep-

9 Der Merkmalsraum bezeichnet die spezifische Kombination der betrachteten Merkmalsausprägungen (vgl. Lazarsfeld & Barton 1951). Er liefert einen Überblick über alle potenziellen Kombinationsmöglichkeiten und weist die Fälle den einzelnen Feldern zu.

10 Bei den Kategorien wurde jeweils zwischen einem hohen und einem niedrigen Ausmaß an entsprechenden Gruppenprozessen unterschieden. Die Zuordnung der Fälle zu den beiden Subkategorien erfolgte auf Basis des Medians.

11 Clusterlösungen sieben bis vier weisen Ähnlichkeitswerte von 0,67 auf. Beim Übergang zur Drei-Clusterlösung ergibt sich ein Ähnlichkeitsmaß von 0,33. Da sich zudem im Dendrogramm klar eine Vier-Clusterlösung erkennen lässt, wurde die Vier-Clusterlösung gewählt.

12 Clusterlösungen fünf bis drei weisen Ähnlichkeitswerte von 0,2 auf. Beim Übergang zur Zwei-Clusterlösung ergibt sich ein Ähnlichkeitsmaß von 0,0. Da sich zudem im Dendrogramm klar eine Drei-Clusterlösung erkennen lässt, wurde die Drei-Clusterlösung gewählt.

tion in der Gruppe identifizieren, die insgesamt 91 Prozent der Streuung erklären.¹³ Sie werden als „Involviertes Spannungserleben bei der inaktiven Gruppenrezeption“, „Distanziertes Tratscherleben bei der beiläufigen Gruppenrezeption“ sowie „Empathisches Rätselerleben bei der aktiven Gruppenrezeption“ bezeichnet.

Zur Beschreibung der Typen werden weitere Merkmale herangezogen, die gut zwischen den Typen trennen. Von besonderer Bedeutung sind die Größe der Gruppe und das Geschlecht der Zuschauer. Darüber hinaus tragen die Zeit, die mit der Gruppe verbracht wurde, sowie die Persönlichkeitseigenschaft Extraversion zur Erklärung inhaltlicher Sinnzusammenhänge bei. Da sich die Fälle eines Typus nicht hinsichtlich aller Merkmalsausprägungen entsprechen, sondern lediglich ähneln, wird zudem ein Prototyp stellvertretend für alle Personen des Typus dargestellt.

Typus I: Involviertes Spannungserleben bei der inaktiven Gruppenrezeption

Dieser Typus zeichnet sich durch Zuschauer aus, die eine hohe Motivation haben, gemeinsam *Tatort* zu sehen. Sie basiert vor allem auf den Motiven Zugehörigkeit und Gemeinsames Erleben. Diese Personen nehmen eine hohe Gruppenkohäsion wahr. Allerdings schauen sie in einer Gruppe fern, die kaum interagiert. Daher ist ihre Aufmerksamkeit stärker auf den Fernsehinhalt und nicht auf ihre Mitzuschauer gerichtet. Da diese Personen sehr motiviert sind, gemeinsam fernzusehen, erfolgt die Rezeption des *Tatorts* involviert. Dies führt dazu, dass sowohl ihr Spannungserleben als auch ihr basales Unterhaltungserleben intensiviert wird. Diesem Typus gehören vor allem Männer an sowie Personen, die den *Tatort* meist in kleinen Gruppen rezipieren. Zudem handelt es sich eher um introvertierte Personen.

Diesem Typus entspricht Jens. Er rezipiert den *Tatort* „Wolfsstunde“ gemeinsam mit seinen beiden Freunden Klaus und Stefan. Sie interagieren während der 90-minütigen Fernsehrezeption insgesamt nur 5:05 Minuten. Hierbei entfallen ca. 89 Interaktionssequenzen auf jeden der drei Gruppenmitglieder. Jens beschreibt sich als einen wenig geselligen Menschen, der eher zurückhaltend und reserviert ist. Für ihn ist die Mitgliedschaft in dieser Gruppe von hoher Bedeutung und auch die gemeinsame *Tatort*-Rezeption bietet ihm zahlreiche Gratifikationen. Jens trifft sich vor allem deshalb zum *Tatort*-Abend, weil seine beiden Freunde diese Sendung auch gerne sehen. Zudem schätzt er es, zusammen mit ihnen die Spannung zu erleben und gemeinsam zu rätseln. Jens empfindet den *Tatort* als äußerst spannend. Darüber hinaus erlebt er die Rezeption im Allgemeinen weitgehend als angenehm. Hingegen versetzt er sich kaum in die Zeugin hinein oder empfindet Vergnügen beim Tratschen über die Charaktere.

Typus II: Distanziertes Tratscherleben bei der beiläufigen Gruppenrezeption

Personen, die dem zweiten Typus angehören, schauen in einer Gruppe *Tatort*, die durch ein mittleres Ausmaß an Interaktion geprägt ist. Zudem sind sie wenig motiviert, gemeinsam diese Sendung zu sehen, und schätzen die Gruppenkohäsion als mittelstark ein. Damit geht einher, dass diese Personen wenig Zeit mit der Gruppe verbringen. Sowohl die Mitgliedschaft in der Gruppe als auch der gemeinsame *Tatort*-Abend sind weniger wichtig für sie. Daher zeichnen sie sich auch durch eine distanzierte Rezeptionsweise aus, bei der sie die Figuren des *Tatorts* ironisch-scherzhaft bewerten. So wird die sprach-

13 Die Korrespondenzanalyse ergibt eine zweidimensionale Lösung. Die erste Dimension nimmt stets den maximalen Anteil der Streuung auf. Der Eigenwertanteil der ersten Dimension beträgt 92,3 %, der Eigenwertanteil der zweiten Dimension 7,7 %.

liche Interaktion dieser Gruppe verhältnismäßig stark durch tratschende Äußerungen bestimmt. Folglich haben sie vor allem ein intensives Tratscherleben und ein niedriges Empathieerleben. Während auch die anderen Erlebensqualitäten nur in geringem Ausmaß empfunden werden, liegt bei diesen Personen ein vergleichsweise hohes basales Unterhaltungserleben vor. Zu diesem Typus zählen hauptsächlich Frauen.

Stellvertretend für diesen Typus steht Carla. Für Carla bietet die *Tatort*-Rezeption in der Gruppe nur wenige Gratifikationen. Dabei ist für sie die Möglichkeit, gemeinsam mit den anderen die Spannung zu erleben und mit ihnen zu rätseln, kaum relevant. Ihre Bindung an die Gruppe ist eher gering; zudem verbrachte sie in der Woche vor dem gemeinsamen *Tatort*-Abend nur sieben Stunden mit den anderen Gruppenmitgliedern. Carla sieht den *Tatort* „Wolfsstunde“ in einer Gruppe aus sieben Freunden, die insgesamt 11:18 Minuten interagieren. In dieser Zeit verkehrt jedes Gruppenmitglied ca. 87 Mal verbal oder nonverbal mit einem anderen Zuschauer. Dieses vergleichsweise niedrige Ausmaß an Interaktion ist allerdings relativ stark durch tratschende Äußerungen geprägt. Beispielsweise tratschen die Zuschauer über das Liebesleben der Figuren, ihr äußeres Erscheinungsbild und ihre Charaktereigenschaften. Folglich ist auch Carlas Tratscherleben besonders intensiv. Zudem wird sie durch den *Tatort* auf der basalen Erlebensebene unterhalten. Da Carla den Film eher distanziert rezipiert, versetzt sie sich kaum in die Position der Zeugin hinein und rätselt ebenso wenig mit.

Typus III: Empathisches Rätselerleben bei der aktiven Gruppenrezeption

Der dritte Typus umfasst Zuschauer, die ein hohes Ausmaß an Gruppenkohäsion wahrnehmen und denen die gemeinsame *Tatort*-Rezeption zahlreiche Gratifikationen bereitet. Sie bietet ihnen insbesondere die Möglichkeit, die Motive Geselligkeit und Gemeinsames Erleben zu befriedigen. Ihre Aufmerksamkeit und ihr Interesse gelten vor allem der Handlung des Films. Zudem interagieren diese Gruppenmitglieder auf vielfältige Weise beim Fernsehen miteinander. In ihren fernsehbegleitenden Gesprächen übertragen sie die Geschehnisse des *Tatorts* auf ihr eigenes Leben und ordnen sie vor dem Hintergrund eigener Erfahrungen ein. Hierdurch werden ihr Rätsel- sowie ihr Empathieerleben intensiviert. Hingegen ist ihr basales Unterhaltungserleben vergleichsweise niedrig ausgeprägt. Diesem Typus entsprechen vor allem Frauen.

Ihn repräsentiert Lisa. Lisa sieht den *Tatort* „Wolfsstunde“ gemeinsam mit einer Freundin und einem Freund. Sie hat eine hohe Bindung an diese Gruppe und zeigt zudem ein hohes Ausmaß an Motivation, sich zum gemeinsamen *Tatort*-Abend zu treffen. Dabei steht für sie die Möglichkeit im Vordergrund, sich die freie Zeit zu vertreiben, sich mit anderen zu unterhalten oder sich hierdurch nicht allein zu fühlen. Ebenso schätzt sie es, mit ihren Freunden die Spannung zu erleben und gemeinsam zu rätseln. Die Gruppenmitglieder interagieren während der *Tatort*-Rezeption insgesamt 22:46 Minuten. Dieses hohe Ausmaß an Interaktion spiegelt sich auch in der durchschnittlichen Anzahl von 237 Interaktionssequenzen pro Person wider. Dabei integrieren sie das gezeigte Geschehen in die eigene Lebenswelt. Beispielsweise überlegen sie sich, wie sie selbst es empfinden würden, wenn ein Spezialeinsatzkommando ihre Wohnung stürmen würde. Das hohe Ausmaß an übertragend-einordnenden Äußerungen trägt dazu bei, dass Lisas Empathieerleben gesteigert wird. Außerdem empfindet sie den Film als besonders spannend. Auf der basalen Ebene bereitet ihr die Rezeption allerdings vergleichsweise wenig Unterhaltung.

6. Fazit

Die sozialen Konstellationen der gemeinsamen Fernseshnutzung haben sich in jüngerer Zeit gewandelt. Neben der oftmals habitualisierten Fernseshnutzung von Paaren und Familien wird Fernsehen wieder zum Event, zu dem sich Freunde und Bekannte treffen, um gemeinsam ausgewählte Sendungen zu rezipieren. Die gemeinsame Fernsehrezeption bietet eine Gelegenheit für sozialen Kontakt und trägt zur Unterhaltung der anwesenden Zuschauer bei. Dabei wirken sich insbesondere gruppensdynamische Prozesse auf das Unterhaltungserleben der Rezipienten aus. Aufbauend auf diesen Annahmen wurde eine Feldstudie mit natürlichen *Tatort*-Gruppen durchgeführt, auf deren Basis drei Typen des Unterhaltungserlebens bei der Krimirezeption in der Gruppe identifiziert wurden.

Sie veranschaulichen zum einen, dass es vielfältige Facetten von Unterhaltung bei der Fernsehrezeption in der Gruppe gibt. Es lässt sich nicht von „dem“ Unterhaltungserleben sprechen, sondern es gilt, verschiedene Unterhaltungsformen zu unterscheiden. Dies weist auf unterschiedliche Mechanismen hin, die Unterhaltung zugrunde liegen können. So lässt sich z. B. der Typus III „Empathisches Rätselerleben bei der aktiven Gruppenrezeption“ durch Prozesse des narrativen Engagements erklären, durch die Zuschauer in die Fernsehwelt eintauchen (vgl. Bilandzic & Busselle 2011). Kennzeichen dieses Typus ist eine äußerst involvierte Rezeption, die sich in übertragend-einordnenden Äußerungen ausdrückt, bei der die Zuschauer die Grenze zwischen sich und der Fernsehwelt scheinbar vergessen und hierdurch ihr Empathieerleben intensivieren. Die Typologie verdeutlicht zum anderen, dass das individuelle Unterhaltungserleben auf zahlreiche Weise durch Gruppenprozesse geprägt ist. So beeinflussen sich die spezifischen Merkmale, welche für die gemeinsame Fernsehrezeption kennzeichnend sind, und das Erleben der Zuschauer wechselseitig. Dabei scheint insbesondere das Motiv „Gemeinsames Erleben“ eine zentrale Funktion für die Zuschauer zu erfüllen. Es trägt zur Charakterisierung aller drei Typen bei, indem es entweder besonders stark oder besonders schwach ausgeprägt ist. Ebenso zeigt sich, dass für die verschiedenen Gruppentypen unterschiedliche Sprachhandlungsmuster kennzeichnend sind, welche ihre Unterhaltungsformen. Damit stehen die Typen im Einklang mit dem Befund der Aneignungsforschung, dass gemeinsames Fernsehen eine wichtige soziale Ressource ist. Es bietet einen Raum für Geselligkeit und initiiert Gespräche unter Zuschauern (vgl. Klemm 2000; Lull 1980). Darüber hinaus erklären auch rezipientenbezogene Merkmale, wie Geschlecht oder Persönlichkeitseigenschaften, Unterschiede im Unterhaltungserleben der Zuschauer. Damit entsprechen die identifizierten Typen den Annahmen der TDU, dass Unterhaltung in einem Kommunikationsprozess entsteht, der durch Merkmale der Person, der Situation und des Medienangebots beeinflusst wird. Die im Rahmen dieser Studie durchgeführte Typenbildung setzt eine zentrale Forderung der TDU um: die Verbindung zwischen den drei Bedingungsfaktoren und dem damit einhergehenden Unterhaltungserleben. Die Ergebnisse tragen dazu bei, den Reiz am sozialen Event Fernsehen zu spezifizieren und spiegeln die Bedeutung dieser Rezeptionsgemeinschaften wider.

Bei der Interpretation der Ergebnisse gilt es, mehrere methodische Aspekte zu berücksichtigen. Die rekrutierten Studienteilnehmer sehen normalerweise gemeinsam in einer Kneipe *Tatort*, rezipierten die Sendung im Rahmen dieser Studie jedoch im häuslichen Umfeld. Allerdings ist auch die *Tatort*-Rezeption in der Kneipe durch einen privaten Rahmen gekennzeichnet. So sitzen die einzelnen Kleingruppen an jeweils separaten Tischen und interagieren nahezu ausschließlich untereinander. Daher sollte die Tatsache, dass die Studienteilnehmer *Tatort* meist in einer Kneipe sehen, für die Interpretation der Befunde nachrangig sein. Zudem ist die Stichprobe verhältnismäßig jung und

hochgebildet, was charakteristisch für Fernsehen als Event ist. Es treffen sich insbesondere Personen zwischen 20 und 29 Jahren, die über Abitur oder Hochschulabschluss verfügen, zum gemeinsamen Fernsehen (vgl. Gscheidle et al. 2011). Um die Ergebnisse verallgemeinern zu können, sollten zukünftige Studien die Befunde anhand einer älteren Stichprobe replizieren, die zudem Personen unterschiedlichen formalen Bildungsgrads umfasst.

Darüber hinaus kann eine offene Beobachtung die Authentizität des Verhaltens beeinträchtigen (vgl. Gehrau 2002: 34). Wie die Ergebnisse der Studie zeigen, kann jedoch von einem weitgehend natürlichen Verhalten ausgegangen werden: Die Zuschauer zeigten Verhaltensweisen, die beim häuslichen Fernsehabend üblich sind (z. B. essen und trinken, auf Toilette gehen). Obwohl die rezipierte *Tatort*-Folge ein ernstes Thema, nämlich die Vergewaltigung von Frauen, zum Gegenstand hatte, kommentierten die Zuschauer die Handlung häufig durch ironische Äußerungen oder machten Scherze über die Figuren. Ebenso sprachen sie beim Fernsehen über persönliche Themen aus ihrem Alltag. Insgesamt sprechen diese Befunde dafür, dass die Zuschauer die Aufnahmegeräte bereits nach kurzer Zeit vergessen hatten und sich unbefangen verhielten.

Das Unterhaltungserleben der Zuschauer wurde in der vorliegenden Studie postrezeptiv erhoben. Vor allem die sprachlichen und nichtsprachlichen Verhaltensweisen können sich jedoch direkt auf das prozessuale Unterhaltungserleben auswirken. Daher sollten zukünftige Studien zusätzlich den Einfluss der sozialen Interaktion auf das Unterhaltungserleben während der Rezeption erfassen. Außerdem sollte die Bedeutung von Gruppenprozessen für das Unterhaltungserleben anhand weiterer Fernsehformate untersucht werden. Die betrachteten gruppendynamischen Prozesse gelten gleichermaßen für die Rezeption unterschiedlicher Fernsehsendungen. Ebenso lässt sich die TDU auf jegliches Fernsehangebot anwenden. Zwar sind die Erlebensqualitäten Empathie, Spannung, Rätseln und Tratschen für die gemeinsame Krimirezeption charakteristisch, können aber mit wenigen Modifikationen auch auf weitere Genres übertragen werden. Demzufolge gilt es zu prüfen, ob sich die identifizierten Typen auch für andere Fernsehformate replizieren lassen.

Literatur

- Anderson, P., Guerrero, L. & Jones, S. M. (2006). Nonverbal behavior in intimate interactions and intimate relationships. In V. Manusov & M. L. Patterson (Hrsg.), *The Sage handbook of non-verbal communication* (S. 259-277). Thousand Oaks: Sage.
- Bales, R. F. (1956). Die Interaktionsanalyse: Ein Beobachtungsverfahren zur Untersuchung kleiner Gruppen. In R. König (Hrsg.), *Beobachtung und Experiment in der Sozialforschung* (S. 148-167). Köln: Verlag für Politik und Wirtschaft.
- Bartsch, A., Mangold, R., Viehoff, R. & Vorderer, P. (2006). Emotional gratifications during media use – an integrative approach. *Communications*, 31, 261-278.
- Bilandzic, H. & Busselle, R. W. (2011). Enjoyment of films as a function of narrative experience, perceived realism and transportability. *Communications*, 36, 29-50.
- Bollen, K. A. & Hoyle, R. H. (1990). Perceived cohesion: A conceptual and empirical examination. *Social Forces*, 69, 479-504.
- Denham, B. E. (2004). Toward an explication of media enjoyment. The synergy of social norms, viewing situation, and program content. *Communication Theory*, 14, 370-387.
- Dion, K. L. (2000). Group cohesion: From “field of forces” to multidimensional construct. *Group Dynamics: Theory, Research and Practice*, 4, 7-26.
- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*, 8(2), 78-99.
- Früh, W. (2002). *Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie*. Konstanz: UVK.

- Früh, W. (2003). Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie (TDU). In W. Früh & H.-J. Stiehler (Hrsg.), *Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs* (S. 27-56). Köln: Herbert von Halem.
- Früh, W., Wunsch, C. & Klopp, P. (2004). TDU-Unterhaltungsindex. Ein Instrument zur empirischen Ermittlung von Unterhaltungserleben. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52(4), 515-544.
- Früh, W. & Wunsch, C. (2009). Empathie und Medienempathie. Ein empirischer Konstrukt- und Methodenvergleich. *Publizistik*, 54, 191-215.
- Gehrau, V. (2002). *Die Beobachtung in der Kommunikationswissenschaft. Methodische Ansätze und Beispielstudien*. Konstanz: UVK.
- Gerhard, H., Kessler, B. & Gscheidle, C. (2010). Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Fernsehen. Daten zur Rezeption und Bewertung. *Media Perspektiven*, 9, 382-389.
- Großmann, N. (2007). Häusliches Medienhandeln der ‚Generation @‘ – Junge Paare und ihr Umgang mit Internet und Fernsehen. In J. Röser (Hrsg.), *MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien* (S. 173-185). Wiesbaden: VS.
- Gscheidle, C., Mohr, I. & Niederauer-Kopf, K. (2011). Fernsehnutzung „außer Haus“. Ergebnisse aus dem AGF/GfK-Panel zur Gästenutzung. *Media Perspektiven*, 4, 195–03.
- Hartmann, T. (2006). *Die Selektion unterhaltsamer Medienangebote am Beispiel von Computerspielen*. Köln: Herbert von Halem.
- Hoffmann, J. (2007). *Krimirezeption. Genre-Inkongruenz und Genrewahrnehmung bei Auswahl, Erleben und Bewertung von Kriminalfilmen*. München: Reinhard Fischer.
- Hoffner, C. & Levine, K. J. (2005). Enjoyment of mediated fright and violence. A meta-analysis. *Media Psychology*, 7, 207-237.
- Horky, T. (2009). Sozialpsychologische Effekte bei der Rezeption von Mediensport in der Gruppe. In H. Schramm & M. Marr (Hrsg.), *Die Sozialpsychologie des Sports in den Medien* (S. 176-198). Köln: Herbert von Halem.
- Kelle, U. & Kluge, S. (2010). *Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung*. 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Springer.
- Kiefer, M. L. (1999). Hörfunk- und Fernsehnutzung. In J. Wilke (Hrsg.), *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland* (S. 426-446). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Klemm, M. (2000). *Zuschauerkommunikation. Formen und Funktionen der alltäglichen kommunikativen Fernsehaneignung*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Klimmt, C. & Vorderer, P. (2007). Drei sozialpsychologische Säulen einer Theorie medialer Unterhaltung. In S. Trepte & E. H. Witte (Hrsg.), *Sozialpsychologie und Medien*. Beiträge des 22. Hamburger Symposiums zur Methodologie der Sozialpsychologie (S. 81-102). Lengerich: Papst.
- Knobloch-Westerwick, S. & Keplinger, C. (2006). Mystery appeal. Effects of uncertainty and resolution on the enjoyment of mystery. *Media Psychology*, 8, 193-212.
- Knobloch-Westerwick, S., David, P., Eastin, M., Tamborini, R. & Greenwood, D. (2009). Sports spectators' suspense. Affect and uncertainty in sports entertainment. *Journal of Communication*, 59, 750-767.
- Krotz, F. (1994). Alleinseher im „Fernsehfluß“. Rezeptionsmuster aus dem Blickwinkel individueller Fernsehnutzung. *Media Perspektiven*, 10, 505-516.
- Krotz, F. (2001). *Die Mediatisierung des kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kuhlmann, C. & Wolling, J. (2004). Fernsehen als Nebenbeimedium. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52(3), 386-411.
- Lazarsfeld, P. F. & Barton, A. H. (1951). Qualitative measurement in the social sciences: Classification, typologies, indices. In D. Lerner & H. D. Lasswell (Hrsg.), *The policy sciences* (S. 155-192). Stanford: Stanford University Press.
- Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6, 197-209.
- Madrigal, R., Bee, C., Chen, J. & Labarge, M. (2011). The effect of suspense on enjoyment following a desirable outcome. The mediating role of relief. *Media Psychology*, 14, 259-288.
- Mikos, L. (2008). *Film- und Fernsehanalyse* (2., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK.

- Nabi, R. L., Stitt, C. R., Halford, J., Finnerty, K. L. (2006). Emotional and cognitive predictors of the enjoyment of reality-based and fictional television programming. An elaboration of the uses and gratifications perspective. *Media Psychology*, 8, 421-447.
- Nevo, O., Nevo, B. & Derech-Zehavi, A. (1993). The development of the tendency to gossip questionnaire: Construct and concurrent validation for a sample of Israeli college students. *Educational and Psychological Measurement*, 53, 973-981.
- Oliver, M. B. (1993). Exploring the paradox of the enjoyment of sad films. *Human Communication Research*, 19, 315-342.
- Oliver, M. B., Kim, J. & Sanders, M. S. (2006). Personality. In J. Bryant & P. Vorderer (Hrsg.), *Psychology of entertainment* (S. 329-341). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Oliver, M. B. & Raney, A. A. (2011). Entertainment as pleasurable and meaningful. Identifying hedonic and eudaimonic motivations for entertainment consumption. *Journal of Communication*, 61, 984-1004.
- Parkinson, B., Fischer, A. H. & Manstead, A. S. R. (2005). *Emotion in social relations. Cultural, group, and interpersonal processes*. New York: Psychology Press.
- Rammstedt, B. & John, O. P. (2006). Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the Big Five Inventory in English and German. *Journal of Research in Personality*, 41, 203-212.
- Raney, A. A. (2006). Why we watch and enjoy mediated sports. In A. A. Raney & J. Bryant (Hrsg.), *Handbook of sports and media* (S. 313-329). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Sapolsky, B. S. & Zillmann, D. (1978). Enjoyment of a televised sport contest under different social conditions of viewing. *Perceptual and Motor Skills*, 46, 29-30.
- Schramm, H. & Klimmt, C. (2003). „Nach dem Spiel ist vor dem Spiel“. Die Rezeption der Fußball-Weltmeisterschaft 2002 im Fernsehen: Eine Panel-Studie zur Entwicklung von Rezeptionsmotiven im Turnierverlauf. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 51(1), 55-81.
- Simon, B. & Trötschel, R. (2006). Soziale Identität. In H.-W. Bierhoff & D. Frey (Hrsg.), *Handbuch Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie* (S. 684-693). Göttingen: Hogrefe.
- Statistisches Bundesamt (2011). *Statistisches Jahrbuch 2011 für die Bundesrepublik Deutschland mit „internationalen Übersichten“*. Wiesbaden.
- Steins, G. (2009). Empathie. In V. Brandstätter & J. H. Otto (Hrsg.), *Handbuch der Allgemeinen Psychologie. Motivation und Emotion* (S. 723-728). Göttingen: Hogrefe.
- Tamborini, R. (2003). Enjoyment and social functions of horror. In J. Bryant, D. Roskos-Ewoldsen & J. Cantor (Hrsg.), *Communication and emotion. Essays in honor of Dolf Zillmann* (S. 417-443). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Tamborini, R., Bowman, N. D., Eden, A., Grizzard, M. & Organ, A. (2010). Defining media enjoyment as the satisfaction of intrinsic needs. *Journal of Communication*, 60, 758-777.
- Vorderer, P. (1996). Toward a psychological theory of suspense. In P. Vorderer, H. J. Wulff & M. Friedrichsen (Hrsg.), *Suspense. Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations* (S. 233-254). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Vorderer, P., Klimmt, C. & Ritterfeld, U. (2004). Enjoyment. At the heart of media entertainment. *Communication Theory*, 14, 388-408.
- Vorderer, P. & Ritterfeld, U. (2009). Digital games. In R. L. Nabi & M. B. Oliver (Hrsg.), *The Sage handbook of media processes and effects* (S. 455-467). Los Angeles, CA: Sage.
- Wenner, L. A. & Gantz, W. (1989). The audience experience with sports on television. In L. A. Wenner (Hrsg.), *Media, Sports, & Society* (S. 241-269). Newbury Park: Sage.
- Wirth, W. & Schramm, H. (2007). Emotionen, Metaemotionen und Regulationsstrategien bei der Medienrezeption. Ein integratives Modell. In W. Wirth, H.-J. Stiehler & C. Wünsch (Hrsg.), *Dynamisch-transaktional denken. Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft* (S. 153-184). Köln: Herbert von Halem.
- Wolling, J. (2004). Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die Nutzung von Fernsehserien. Ein Beitrag zur Theorie und Empirie der subjektiven Qualitätsauswahl von Medienangeboten. *Publizistik*, 49, 171-193.
- Wünsch, C. (2006). *Unterhaltungserleben. Ein hierarchisches Zwei-Ebenen-Modell affektiv-kognitiver Informationsverarbeitung*. Köln: Herbert von Halem.

- Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*, 31, 327-340.
- Zillmann, D. (1996). The psychology of suspense in dramatic exposition. In P. Vorderer, H. J. Wulff & M. Friedrichsen (Hrsg.), *Suspense. Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations* (S. 199-231). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Zillmann, D., Weaver, J. B., Mundorf, N. & Aust, C. F. (1986). Effects of an opposite-gender companion's affect to horror on distress, delight, and attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 586-594.
- Zubayr, C. & Gerhard, H. (2011). Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2010. *Media Perspektiven*, 3, 126-138.

Anhang¹⁴

Adaptierter TDU-Unterhaltungsindex (fünfstufige Antwortskala mit den Polen „trifft überhaupt nicht zu“ und „trifft voll und ganz zu“)

Sie haben soeben den *Tatort* „Wolfsstunde“ gesehen. Nun noch einmal mit Abstand betrachtet: Wie fühlten Sie sich im Großen und Ganzen beim Anschauen dieses *Tatorts*? Beschreiben Sie Ihren Eindruck ganz allgemein, ohne an bestimmte Einzelheiten zu denken.

	<i>Konstrukte¹⁵</i>
Ich war in einer angenehmen Stimmung.	V
Ich war verträumt.	aS
Ich war interessiert.	aS
Ich war unzufrieden.	V (-)
Ich war nachdenklich.	aS
Ich fühlte mich gut.	V
Ich fühlte mit.	aS
Ich war erfreut.	V
Ich fühlte mich schlecht.	V (-)

Im Folgenden finden Sie einige Aussagen über den *Tatort* „Wolfsstunde“, den Sie gerade gesehen haben. Kreuzen Sie bitte an, wie sehr diese Aussagen auf Sie zutreffen.

	<i>Konstrukte¹⁶</i>
Das Gezeigte betrifft mich persönlich in meinem Alltag.	pSAR
Ich hätte eigentlich viel lieber etwas anderes gemacht.	pSsK (-)
Das Gezeigte hat mich abgestoßen.	pSgkK (-)
Ich konnte den Alltag mit Familie, Uni oder Beruf vergessen.	pSsk
Das Gezeigte ist wichtig für mein Leben.	pSAR (-)

Berechnungsvorschrift für den standardisierten Unterhaltungsindex nach Früh et al. 2004

1. Alle Antwortausprägungen müssen mit den Werten 0 bis 4 codiert werden.
2. Valenzindex erstellen: Das arithmetische Mittel aus allen fünf Items zur Valenz berechnen.
3. Index „passive Souveränität – Alltagsrelevanz“ erstellen: Das arithmetische Mittel aus den zwei Items zu „passive Souveränität – Alltagsrelevanz“ berechnen.

14 Items, die mit (-) gekennzeichnet sind, müssen vor der Indexberechnung umgepolt werden.
 15 V = positive Valenz, aS = aktive Souveränität (vgl. Früh et al. 2004: 529).
 16 pSAR = passive Souveränität – Alltagsrelevanz, pSsK = passive Souveränität – situativer Kontext, pSgkK = passive Souveränität – gesellschaftlich-kultureller Kontext (vgl. Früh et al. 2004: 529).

4. Index „passive Souveränität – situativer Kontext“ erstellen: Das arithmetische Mittel aus den zwei Items zu „passive Souveränität – situativer Kontext“ berechnen.
5. Index „passive Souveränität“ erstellen: Das arithmetische Mittel aus dem Item „passive Souveränität – gesellschaftlich kultureller Kontext“, dem Index „passive Souveränität – Alltagsrelevanz“ und dem Index „passive Souveränität – situativer Kontext“ berechnen.
6. Index „aktive Souveränität“ erstellen: Die Items zu aktiver Souveränität spiegeln unterschiedliche Rezeptionsstrategien wider, durch die sich Zuschauer auf das Fernsehangebot einlassen, und können als weitgehend substituierbar verstanden werden (vgl. Früh et al. 2004: 524-525). Daher wird der Index „aktive Souveränität“ über den Wert des Items mit der höchsten Ausprägung ermittelt. In Folge der Itemanalyse wurden zwei Items dieses Unterkonstrukts ausgeschlossen (vgl. Fußnote 7), weshalb der Maximalwert der zwei verbleibenden Items verwendet wird.
7. Unterhaltungsindex UI erstellen: Das Produkt aus den Indizes „Valenz“, „passive Souveränität“ und „aktive Souveränität“ berechnen. Da jedes der drei Konstrukte eine notwendige Bedingung von Unterhaltung ist, wird ein multiplikativer Index gebildet. Nimmt eines der Konstrukte den Wert Null an, ist der Indexwert gleich Null (vgl. Früh et al. 2004: 528-529).

$$UI = V \times \left(\frac{pSgkK + pSAR + pSSK}{3} \right) \times \max\{aS; aS\}$$

8. Standardisierten Unterhaltungsindex UI_{100} erstellen: Den Unterhaltungsindex UI auf einen Wertebereich von 0 bis 100 standardisieren. Da der Index von der Anzahl der Abstufungen der verwendeten Skala abhängt, wird er mit 100 multipliziert und durch den maximal möglichen Wert des Index dividiert. Bei der Verwendung einer fünfstufigen Skala kann der Unterhaltungsindex maximal $UI = 64$ erreichen (vgl. Früh et al. 2004: 529). Daraus folgt:

$$UI_{100} = UI \times \frac{100}{64}$$

Empathie

(fünfstufige Antwortskala mit den Polen „trifft überhaupt nicht zu“ und „trifft voll und ganz zu“)

Ich konnte mich sehr leicht in die Gefühlslage von Anna Schäfer hineinversetzen.

Ich war traurig, als ich gesehen habe, wie verängstigt Anna Schäfer war.

Ich fand es oft sehr schwierig, die Dinge vom Standpunkt von Anna Schäfer zu sehen. (-)

Als Anna Schäfer gerettet wurde, war ich wirklich erleichtert.

Beim Anschauen des *Tatorts* war ich mir unsicher, was Anna Schäfer eigentlich gefühlt hat. (-)

Ich war nicht besonders besorgt, als Anna Schäfer überfallen wurde. (-)

Es hat mich bedrückt, als ich gesehen habe, wie Anna Schäfer erniedrigt wurde.

Beim Anschauen des *Tatorts* beschäftigte ich mich mit den Gefühlen von Anna Schäfer.

Spannung

(fünfstufige Antwortskala mit den Polen „trifft überhaupt nicht zu“ und „trifft voll und ganz zu“)

Ich empfand den *Tatort* als spannend.

Ich empfand den *Tatort* als langweilig. (-)

Ich empfand den *Tatort* als aufregend.

Rätseln

(fünfstufige Antwortskala mit den Polen „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll und ganz zu“)

Ich überlegte mir, wer der Mörder sein könnte.
Beim Anschauen des *Tatorts* rätselte ich nicht mit. (-)
Es machte mir Spaß herauszufinden, aus welchem Motiv der Mord begangen wurde.
Ich überlegte mir, wie sich die einzelnen Puzzlestücke zusammensetzen lassen.

Tratschen

(fünfstufige Antwortskala mit den Polen „trifft überhaupt nicht zu“ und „trifft voll und ganz zu“)

Beim Anschauen des *Tatorts* unterhielt ich mich mit den anderen über das Aussehen der gezeigten Personen.
Beim Anschauen des *Tatorts* redete ich mit den anderen darüber, wie die gezeigten Personen miteinander umgehen.
Beim Anschauen des *Tatorts* redete ich mit den anderen über das Liebesleben der gezeigten Personen.
Beim Anschauen des *Tatorts* unterhielt ich mich mit den anderen über den Ermittlungsstil der Kommissare.
Beim Anschauen des *Tatorts* unterhielt ich mich nicht mit den anderen über die gezeigten (-) Personen.

Motive der gemeinsamen Fernseshnutzung

(fünfstufige Antwortskala mit den Polen „trifft überhaupt nicht zu“ und „trifft voll und ganz zu“)

Ich schaue gemeinsam mit dieser Gruppe *Tatort*, weil...
... ich mir so meine freie Zeit vertreiben kann.
... ich so etwas gemeinsam mit dieser Gruppe machen kann.
... ich zusammen mit anderen rätseln kann.
... ich mich dann nicht so alleine fühle.
... es toll ist, zusammen mit anderen die Spannung zu erleben.
... diese Personen auch *Tatort* schauen.
... ich mich dabei mit anderen unterhalten kann.
