media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Mathias Wierth-Heining

Vor, während und nach der Rezeption. Empirische Rezeptionen und kommunikative Kontrakte

2002

https://doi.org/10.25969/mediarep/141

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Wierth-Heining, Mathias: Vor, während und nach der Rezeption. Empirische Rezeptionen und kommunikative Kontrakte. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, Jg. 11 (2002), Nr. 2, S. 147–158. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/141.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:
https://www.montage-av.de/pdf/112_2002/11_2_Mathias_Wierth_Heining_Empirische_Rezeption.pdf

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:
This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.
By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Mathias Wierth-Heining

Vor, während und nach der Rezeption: Empirische Rezeptionen und kommunikative Kontrakte

Die Theorie des kommunikativen Kontraktes stellt einen formalen Komplex von miteinander interagierenden Operationen bereit, in denen die Zuwendung von Rezipienten zum Text aufgebaut wird (Wulff 2001a, 137). Dabei steht *Kontrakt* oder *Vertrag* nicht für eine vorher festgelegte Verbindlichkeit von zu erwartenden und letztlich vorhandenen Gratifikationen, sondern vielmehr für eine dynamische Beziehung zwischen den Vertragspartnern: Die Kontrakte werden ausgehandelt und stehen nicht von vornherein fest. Der prozessuale Charakter des kommunikativen Vertrages wird weiterhin dadurch evident, dass „der" Kontrakt sich in mehrere Formen aufteilt (ebd., 142), die sowohl chronologisch als auch semantisch unterschieden werden können.

Obwohl die Kontrakt-Metapher sich auf ein allgemeines Modell der kommunikativen Bindungen zwischen Texten und Rezipienten bezieht, das die formale Einbettung des Textes in den Horizont von symbolischem Wissen und rezeptiven Prozessen und deren Gratifikationen beschreiben soll, versuche ich sie zu empirischen Tatsachen der Rezeption in Beziehung zu setzen. Ausgehend davon, dass die Vorstellung wechselseitiger Erwartungen von Text und Rezipienten ebenso eine empirische Basis haben muss wie der reflexive Ausgriff auf Rezeptionsmotive und -leistungen, lässt sich das Grundmodell auch zur Interpretation der besonderen Rezeptionsbedingungen und -verläufe konkreter Rezipienten benutzen. Der Prozess des kommunikativen Vertrages bzw. seiner Sub-/Vorformen als kommunikative Aushandlung wird im Folgenden also binnenanalytisch beleuchtet. Ausgehen werde ich von empirischen Untersuchungen zum Rezeptionshandeln dreier weiblicher Peer-Groups im Alter von 14 bis 17 Jahren. Ich werde die Aushandlungsprozesse in diesen Gruppen aus der Sicht der Rezipientinnen erörtert.

Vor- und Subformen des kommunikativen Kontraktes

Rezipienten wenden sich einem Film nicht erst mit dem Einlösen einer Kinokarte zu. Zuwendung – einschließlich der damit verbundenen Nutzen-Erwartungen – wird bereits in den ersten Momenten selektiven Verhaltens aufgebaut, indem gezielt Vorinformationen zur Erwartungsbildung gesammelt werden. Es erscheint alltagsevident, dass „ein kommunikativer Vertrag mit allen Implikationen erst dann in Kraft treten kann, wenn die Entscheidung zur Aufnahme des kommunikativen Austausches gefallen ist" (ebd., 137). Trotzdem gehen die Rezipientinnen schon viel früher auf Konditionen des aufzunehmenden kommunikativen Austausches mit einem Text ein, sie treffen *vor-rezeptive* Einstimmungen auf die Rezeption.

Die weitere Aushandlung und Evaluation des Vertrages findet dann in der *eigentlichen Rezeptionsphase* statt. Hier treffen erwartete (oder erwünschte) und tatsächliche Gratifikationen aufeinander.

Die Evaluation endet allerdings nicht mit dem Film. Vielmehr zeigt sich der kommunikative Kontrakt als Teil eines umfassenderen sozialen Ereignisses der Peer-Groups, die *nach-rezeptiv* in eine Phase intersubjektiver Bewertung und Auseinandersetzung des Films resp. seiner Rezeption eintreten.

Vor-rezeptiv: kommunikative Bindungen

Die vor-rezeptiven kommunikativen Zuwendungen korrespondieren mit Rommetveits „*Metakontrakten*", die ein Teil der notwendigen Bedingungen sind, um Intersubjektivität zu ermöglichen (nach Tindemans 1985, 85f.). Diese bestimmen das Verhältnis des Zuschauers zum Text und beinhalten neben den *semantischen Voreinstellungen* (Einordnung des Films in Kategorien des Textwissens und des Wissens über intentionale Rahmen) die *operationalen Elemente* (betreffen den Umgang des Zuschauers mit dem Text: Empathiebereitschaft, Voreinstellung zur Affekt-Modulation; vgl. Wulff 2001a, 136). Alle diese formalen Vorbestimmungen korrespondieren empirischen Prozessen.

In der zeitlichen Folge der Zuwendung werden zuerst *semantische Voreinstellungen* gebildet. An die ersten Vorinformationen über einen bestimmten Film gelangen die Rezipientinnen entweder direkt durch Trailer (im Kino) oder anhand von Gesprächen mit Freunden (den engeren Kreis der Peer-Group), die schon den oder die Trailer oder sogar den Film gesehen haben. Insbesondere die Trailer wecken Fragen und Interessen nach Genre und Plot („worum geht es?"), sie aktivieren Wissen über Schauspieler und exponieren den Stil, in dem

der Film erzählt und visuell gestaltet ist. Mit diesen Informationen und den aus ihnen ableitbaren Erwartungen wird von den Rezipientinnen – durchaus reversibel – darüber entschieden, ob sie sich weiteren Informationen zuwenden wollen oder nicht.

Die nachfolgende, den Erstkontakt intensivierende Zuwendung geschieht zumeist gezielt selektiv. Die Rezipientinnen registrieren weitere Intertexte, manchmal suchen sie sogar nach Zusatzinformationen, die den jeweiligen Film deutlicher in Horizonte des Textwissens und der intentionalen Rahmen der Rezeption einschließlich der Vergewisserung über Genre-Spezifika rücken. Anhand von Informationen über den Plot und die genrespezifische Ausgestaltung der Geschichte treffen die Rezipientinnen Vorentscheidungen darüber, ob sie sich auf diese (auf Grundlage der bruchstückhaften Information antizipierten) fiktiven Welten einlassen wollen (vgl. ebd., 139f).

Eine derartige Evaluation eines Films im laufenden Kinoprogramm ist der Normalfall der Rezeptionsvorbereitung. In einem Fall jedoch rückte die detailliertere Vorselektion in den Hintergrund: Alle drei Untersuchungsgruppen wollten Pearl Harbor (USA 2001) trotz erheblicher Genre- und Plot-Bedenken im Kino sehen. Die – ausnahmslos von allen Mädchen umschwärmten – Schauspieler Josh Hartnett und Ben Affleck waren ausreichende Bedingungen für einen Kinobesuch. Das Beispiel spricht dafür, in wie starkem Maße der Austausch zwischen Zuschauern und Filmen durch die Schauspieler vermittelt und bedingt ist.

Die Vorselektionen der Gruppen werden im Normalfall maßgeblich durch deren spezifische Genrepräferenzen bestimmt. Gruppe A (14 bis 15 Jahre) bevorzugt sowohl spannungsorientierte Genres sowie „Teenie-Filme“ verschiedener Genres (von Horror bis Komödie), Gruppe B (15 bis 16 Jahre) bewegt sich zwischen Thriller und Dramen und Gruppe C (16 bis 17 Jahre) ist dem Thriller (und dessen Subgenres), Dramen und teilweise Horrorfilmen zugeneigt.

Erkennbare gruppenspezifische Genrepräferenz bedeutet hier, dass es intersubjektive Überschneidungen von Vorlieben gibt, die sich aber keineswegs vollständig decken. Trotz der Gruppenpräferenz bleiben die Peers dennoch in sich heterogen. Das hat Konsequenzen: Der letztlich verbindlichen Auswahl eines Filmes gehen Auseinandersetzungen und Kompromisse voraus, bei denen mindestens eines der Mitglieder seine Präferenzen hintanstellen muss. Weiter fällt auf, dass alle Gruppen in ihren Entscheidungsfindungsprozessen asymmetrisch aufgebaut sind. In jeder Peer-Group gibt es Mitglieder, denen (Kino-)Filme insgesamt bedeutsamer sind als anderen und die sich in der Auswahl durchsetzen (Katharina aus Gruppe B: „Ich hätte mir den alleine nicht angesehen!“,

bezogen auf Pearl Harbor). Insbesondere die *operationalen Elemente*, also „die Bereitschaft zur Empathie, die Voreinstellung auf einen Prozess der imaginativen Affekt-Modulation, die Bereitschaft, in die moralische Evaluation eines Problems einzutreten" (Wulff 2001a, 136), werden von den einzelnen unterschiedlich konstituiert oder sind verschieden ausgeprägt. Für die kommunikativen Bindungen des einzelnen in die pragmatischen Vorbedingungen eines besonderen Films resp. seiner Rezeption heißt das nicht nur, dass die Mitglieder einer Gruppe differente Erwartungen an den Film bzw. die durch ihn ermöglichten Gratifikationen stellen, sondern dass auch die Relevanz des kommunikativen und sozialen Erlebnisses „Kino" selbst, im Rahmen des sozialen Ereignisses „gemeinsame Abendgestaltung", unterschiedlich bewertet wird. Bei allen Untersuchungsgruppen gab es mindestens bei jedem zweiten Kinobesuch ein Mitglied, das nur in groben Zügen wusste, worum es in dem zu sehenden Film ging. Es ist demnach in diversen Fällen keine genauere Erwartung über den Film aufgebaut worden, die ein Netz von Nutzen-Erwartungen über eine allgemeinere Gratifikationserwartung, die sich aus der Gemeinsamkeit des Kinobesuchs herleitet, hinaus konstituieren könnte.

Bewusst ist hier von *vor-rezeptiven kommunikativen Bindungen* die Rede. In dieser Phase der Vorselektion von „Vertrag" zu sprechen, wäre *überzogen* und würde der Vorstellung einer Verbindlichkeit Vorschub leisten, die es praktisch nicht gibt. In den Gruppen, die durchweg nach dem Motto „erst die Freunde, dann die Medien" handeln, werden immer wieder Film-Angebote nicht wahrgenommen, die in die engere Wahl gekommen waren und doch nicht besucht wurden, weil sie kurzfristig nicht in die gemeinsame Abendplanung passen, die für die Gruppe das wichtigere soziale Thema war.

Die eigentliche Rezeptionsphase

Aus dem Eingehen eines kommunikativen (im Gegensatz zum rein juristischen) Vertrages resultiert kein unbedingter Erfüllungsanspruch, sondern vielmehr die *Erwartung um Bemühung einer Erfüllung*. Eigene Wünsche, aber auch (nicht-erwartbare) Vorlieben und Virtuosität des Produzenten sollen in einem Freiraum austariert werden.

> Eine bare Erfüllung der Zuschauererwartung wäre eine Minimal- oder sogar Untererfüllung des Vertrages – die besondere, sich also vom Nur-Erwartbaren entfernende Ausfaltung der Geschichte oder des Dramas sind Teil des Austausches. Der Vertrag ist darum nicht vollständig sym-

> metrisch und lässt sich nicht nur in die Vorstellung einer Tausch-Beziehung auflösen, sondern umfasst die Erwartung einer ästhetischen Differenz zwischen Wissen und Erfüllung. (Wulff 2001a, 144f; Hervorhebung im Original)

Das Vertrauen in die Virtuosität des Produzenten, die Differenz zwischen kommunikativer Bindung und Varianzerwartung unterstützen die Dynamik des Aushandlungsprozesses.

In der eigentlichen Rezeption greifen *situative Elemente* (die die Konstruktion einer gemeinsamen Wirklichkeit gewährleisten), *semantische Voreinstellungen* und *operationale Elemente* ineinander. Damit die operationalen Elemente – eben auch affektiv – erfüllt werden, müssen die semantischen Voreinstellungen für die Rezipientinnen situativ eingelöst werden. Vor-rezeptive Erwartungen, antizipierte Systematisierungen (des Genres, Plots etc.) treffen hier auf das Produkt, von dem die Rezipientinnen sich erhoffen, dass es die Vorankündigungen erfüllen kann. Nachdem sie mit dem Kauf der Kinokarte verbindlich in den „Warenaustausch" eingetreten sind, erwarten die Rezipientinnen vor allem

- einen konsistenten Illusionierungsprozess,
- eine kohärente Erzählung,
- Intelligibilität einer globalen Textintention,
- eine je unterschiedliche Mischung von Erwartbarem und Überraschendem und
- eine Konsonanz von wahrgenommenem Star-Image und der erzählten Geschichte.

Ganz allgemein gilt als Idealfall eines „guten Kinoerlebnisses", wenn es intensive empathische Beteiligungen umfasst. In der Filmrezeption kann also ein imaginiertes Szenario aufgebaut werden, in dem Figuren, Handlungen, Szenen und die ganze Geschichte so zugänglich – intelligibel – sind (und die Rezipientinnen davon derart affiziert werden), dass sie nicht nur kognitiv, sondern auch emotional-affektiv nachvollzogen werden (s. Wierth-Heining 2001, 2ff).

Die einzelnen Erwartungen der Rezipientinnen sind in der Rezeption miteinander verbunden. So konnten für manche Zuschauerinnen beispielsweise keine *konstanten* empathischen Nachvollzüge gewährleistet werden bei der Rezeption von

- Pearl Harbor (USA 2001), weil ihnen zum einen die Darstellung teils zu stereotyp und damit vorhersehbar, zum anderen die Mischung der Genres (Kriegsfilm, Liebesfilm, Melodrama) nicht gelungen erschien oder teilweise zu (unerwartet) „brutal" war;

- Doppelmord (USA 1999) (für die gesamte Gruppe C), The Glass House (USA 2001) (von der gesamten Gruppe B) und Hannibal (USA 2001) (von Gruppe C), weil auch diese Filme in Teilen zu stereotyp und erwartbar waren,
- 8mm (USA 1999), weil das (konstruierte) Star-Image Nicolas Cages nicht mit dessen Rolle des Tom Welles vereinbar schien.

Die differierenden Empathiebereitschaften, die in der vor-rezeptiven Phase gebildet wurden, fungieren als anfängliche, potenziell veränderbare Rahmen der Zuwendung. Wurden von den Mädchen keine oder nur sehr wenige Erwartungen in der vor-rezeptiven Phase gebildet, konstituiert sich bei ihnen vor Filmbeginn auch kein Netz aus Nutzen-Erwartungen. Das Netz (semantischer Einstellungen und operationaler Elemente) wird in diesem Fall vielmehr erst *während* der Rezeption ausgebildet, ohne signifikante Vorbedingungen (z.B. war dies bei der kurzfristig entschiedenen Rezeption von 8mm der Fall).

Ganz anders ist die Eingangssituation, wenn in der vor-rezeptiven Phase die Metakontrakte intensiv(er) ausgestaltet wurden. Sie fließen nicht nur in die individuellen und sogar die in der Gruppe aufgebauten Erwartungshorizonte ein, sie sind darüber hinaus Eckpfeiler einer Gratifikationserwartung, die nur eingeschränkt modifizierbar ist.

Die Verbindlichkeit des Netzes an Erwartungen nimmt im Rezeptionsverlauf zu (Wulff 2001a, 140ff.). Die Verbindlichkeit hängt dabei eng mit der *Informationsvergabe* zusammen: Je mehr Informationen die Rezipientinnen im Verlauf der Rezeption erhalten, desto größer ist ihre „Sicherheit", ihre Einschätzung der Situation und des möglichen weiteren Handlungsverlaufs etc. Die von den Zuschauerinnen in der rezeptiven Arbeit expandierten Szenarien werden bestätigt oder verworfen, und mit der Zeit wird von ihnen eine antizipierende „Systematik" davon erstellt, was der Film ihnen an Gratifikationen bereitstellen kann und was nicht. Bei allen Filmen in der Untersuchung gab es Elemente, die nicht den (in der Vorselektion gebildeten) Erwartungen entsprachen und somit den angesprochenen konsistenten Illusionierungsprozess wenigstens zeitweise behinderten. Das bedeutet aktualgenetisch kein sofortiges Scheitern der Rezeption, sondern operational zuerst nur eine Veränderung der Modalitäten.

Pearl Harbor wurde von der gesamten Gruppe B als „kitschig", weitgehend stereotyp und vorhersehbar eingestuft – trotzdem wurden die Nutzen-Erwartungen der Mädchen soweit erfüllt, dass für sie der „Vertrag" eingehalten wurde. Damit ist auf die Bedeutsamkeit der subjektiven Wünsche und Interessen verwiesen. Pearl Harbor galt als gelungener Film, weil die ihnen wich-

tigsten Erwartungen, die an der Tatsache hingen, die beiden männlichen umschwärmten Hauptdarsteller in einem möglichst dramatischen Szenario (Genreerwartung!) zu sehen, erfüllt wurden.

Die symbolische Bezugsgröße des *Stars* ist ein wichtiger Aspekt in der aktualgenetischen (und resultativen) Evaluation sowie ein Bezugspunkt, an dem sich die Komplementarität von Filmproduzent und -rezipient begreifen lässt. Der Star bietet einen symbolgestützten Weg, um sich mittels der Fähigkeit zur Imagination (Smith 1995) in den „Kosmos" einer Geschichte hineinzufinden (Wulff 2001a, 150). „Interessant sind hier Störungsfälle, weil an ihnen etwas greifbar wird von dem Sinnvorschuss, der durch den Star in einen Film hineingetragen wird" (ebd.). An einem Beispiel: Im Film 8MM schränkte Hanna ihren empathischen Prozess teilweise ein, weil (der Star) Nicolas Cage besonders in Racheszenen „zu lieb für so was aussieht". In ihre Rezeption schleichen sich immer wieder Sympathien oder Dissonanzen in die Figurensynthese ein, die in der Rolle allein nicht verankert sind. Von Hanna wird immer wieder expliziert, dass sich die Dissonanzen weniger aus der ambivalenten Rolle des „Welles" (Wierth-Heining 2001, 11), sondern vielmehr aus seiner „persönlichen Ausstrahlung" ergäben.

Nach-rezeptive Evaluation

Ist der aktualgenetische Prozess der Rezeption beendet, schließt damit auch das Kernstück der Rezeption ab, in dem es den Rezipientinnen um das „Rezeptionserlebnis", den Illusionierungsprozess und die Einlösung von Gratifikationsankündigungen geht. Will man auf die Metapher eines formalen kommunikativen Vertrages zurückkehren, ist die *Aushandlung* und vor allem die *Evaluation* der Leistungen, die der Text erfüllen soll, allerdings nicht mit dem Ende der Filmvorführung beendet. Resultativ können Figuren, Handlungen und Szenen besonders im Rahmen gruppenkommunikativer Prozesse noch einmal tiefer nachmodelliert werden, als dies aktualgenetisch der Fall war. Teile der imaginierten Szenarien werden in den Gruppen weiter expandiert. Jedes Mitglied einer Peer-Group bringt seine subjektive, aktualgenetisch getroffene Evaluation in die Diskussionen mit ein. Die hervorstechendsten Beiträge in der gemeinsamen Auseinandersetzung um die Evaluation *des gesamten Filmes* beziehen sich bei allen Gruppen auf die „Lösung" der Fiktionsproblematik: auf ihre semantische Dichte, Folgerichtigkeit, Wahrscheinlichkeit und Intelligibilität. In den Diskussionen wird kritisch überprüft, ob bestimmte Handlungsverläufe plausibel waren oder ob andere denkbar gewesen wären und eher zur

Kohärenz der Geschichte beigetragen hätten. Dennoch kommt es resultativ zu keiner einzigen völligen Neubewertung des Films. Ein von den Rezipientinnen als schlecht empfundener, die ihn begleitenden und durch ihn ausgelösten Erwartungen nicht einlösender Film wird nachfolgend in der Auseinandersetzung nicht plötzlich als positiv bewertet, selbst wenn Handlungsverläufe und Figuren, die vorher nicht intelligibel waren, resultativ sogar nachvollziehbar werden. Zum einen spricht dieser Umstand dafür, dass hauptsächlich die eigentliche Rezeptionsphase den Ort darstellt, an dem Rezeptionsgratifikationen und -enttäuschungen entstehen. Zum anderen deutet es auf die Besonderheiten hin, die den formalen Rahmungen des kommunikativen Vertrags im Gegensatz zum rein juristischen zukommen: Die Elemente des Vertrages stehen nicht von vornherein fest, sondern werden ausgehandelt. Darum handelt es sich beim Eintreten in die symbolische Austauschbeziehung zwischen Film und Zuschauer um eine *Risikobeziehung* – eine Tatsache, der sich die Rezipientinnen in jeder Phase bewusst sind: trotz aller Vorinformationen muss ein Film den Nutzen-Erwartungen nicht entsprechen. Das Wissen, dass intertextuelle Bezüge zum (kommenden, potenziellen) Primärtext keine Garantien, sondern werbewirtschaftliche Hinweise sind, ist Teil der Mediensozialisation von Zuschauern. So steht allgemein hinter jedem Kinobesuch das Risiko der Unerfüllbarkeit, das dem Vertrauen in die Textproduzenten (Wulff 2001a, 140) komplementär gegenüber steht.

Die Bedeutung des Genres

Genres bilden eine Verständigungsgrundlage zwischen Produzenten und Rezipienten. Dass sich Vorlieben für bestimmte Filme zu einem Großteil auf Genrevorlieben zurückführen lassen, ließ sich bei allen Untersuchungsgruppen feststellen. Wulff gibt die Bedeutung der Orientierungsgröße Genre an:

> Genres sind nicht allein Geschichten eines gewissen Typs, sondern implizieren auch Rezeptionsaffekte einer jeweils besonderen Art. Gerade diese spielen in den Prozessen der Selektion oder des Präferierens eine bedeutsame Rolle, koordinieren sie doch die (morphologische) Größe des Genres mit (affektuellen) Effekten in der Rezeption, verkoppeln Text, Rezeptionsemotion und Gratifikationen. (Wulff 2001a, 148)

Gewalttätige Auseinandersetzungen oder andere zwischenmenschliche Interakte haben z.B. in der Komödie andere Bedeutungshorizonte und -tiefen als im Thriller. Somit sind Genres ein „*Instrument zur Verständigung über Bedeutun-*

gen" (Casetti 2001, 155). Casetti bezeichnet die Genre-Verständigung als einen *vorbereitenden Vertrag* (ebd., 163), der auf festen Erwartungen beruhe, die wiederholt und zuverlässig eingelöst wurden und werden. Die „Vertraglichkeit" der vor-rezeptiven Zuwendungsformen ist - im Gegensatz zu seiner Bedeutsamkeit für den kommunikativen Vertrag – empirisch nicht nachvollziehbar. Vielmehr handelt es sich um kommunikative Bindungen als Teil mehr oder weniger gezielter Vorselektionen. Nur ein Teil vor-rezeptiver Selektionen gelangt nachfolgend in der jeweiligen Filmrezeption zu einem „Abschluss" des Kontraktes.

Dass Genre dennoch ein tragendes Element in der Verständigung Film-Zuschauer ist, zeigt folgendes Beispiel: Insbesondere ein Mitglied der Gruppe C, Judith, ordnete THE CELL (USA 2000) vor-rezeptiv dem Genre „Psychothriller" zu. Resultativ war sie mit dem Film insgesamt zufrieden, doch wurden Erwartungen nicht erfüllt, da sie sich ständig gefragt habe, wo das „Psycho" in diesem Film zu finden wäre. (Der Einordnung „Thriller" oder „Science-fiction-Thriller" hätte sie zustimmen können.) Das äußerte sich als Irritation, da es gerade die Vorstellung eines bestimmten Gratifikationstypus verbunden mit erhofften Rezeptionsemotionen war, die für sie dazu geführt hatte, den Film im Kino zu sehen.

Die Verständigung und mögliche Übereinkunft über das Genre sind wichtige, aber nicht alleinige Kriterien für das Scheitern oder den Erfolg einer Rezeption. Die Frage bei Genre-Irritationen ist vielmehr, ob es noch andere adäquate symbolgestützte Wege gibt, um in die Narration hineinzufinden und so einen möglichst „befriedigenden" Illusionierungsprozess zu etablieren. Bei PEARL HARBOR waren dies in erster Linie die Stars, bei THE CELL und GLADIATOR (USA 2000) der Plot und die Dramaturgie usw.

Fazit

Die Rezeptionen im Kino sind Kommunikationen zwischen den eingeschränkt machtvollen Kommunikatoren Filmproduzent und Rezipient. Die Rezipienten können in der kommunikativen Auseinandersetzung den Film nicht „verändern", die Filmproduzenten können Rezeptionsaffekte nur begrenzt herstellen und steuern. Kognitive Prozesse sind steuerbar, u.a. weil jeder Zuschauer und jede Zuschauerin unabhängig von ihren Erwartungen bemüht sind, einen Film in seiner globalen Textintention verstehend nachzubilden. Auf kognitiven Verstehensprozessen bauen mögliche affektive Reaktionen erst auf: Rezeptionsaffekte sind als *möglich* einzustufen, weil diese in einer Hierarchie der empathi-

schen Teilnahme von höherer Ordnung sind. Sie ergeben sich erst, wenn die Zuschauerinnen adäquate symbolgestützte Wege gefunden haben, sich in die Narration, die Szenen, die Handlungen und die Figuren hineinzufinden. Die Wahl der symbolgestützten Wege ist bedingt von persönlichen Präferenzen des Genres, der Stars, der Themen usw. Die Frage nach einer Hierarchie der Vor- und Subformen von Teilnahmemodalitäten wie Empathien, Gratifikationen und dergleichen mehr muss hiernach höchst subjektgebunden beantwortet werden - die Relevanz einer Sub- oder Vorform hängt von jeweiligen Vorlieben ab.

Das alles gehört zum intuitiv zugänglichen, in der Mediensozialisation gebildeten und bewusst oder operational gewordenen Wissen der Rezipient(inn)en. Auch dieses Wissen ist dafür verantwortlich, dass es im Kino keinen unbedingten Erfüllungsanspruch gibt, sondern dass das Kinoerlebnis immer mit einem Risiko der Nicht-Erfüllung versehen bleibt.

Ohne die kommunikationspragmatische Metapher des Vertrages als empirischen Begriff zu nehmen, sind die Berührungspunkte zwischen den pragmatischen Konditionen des Austausches im Kino und den tatsächlichen Formen, in denen das Kinogehen Teil jugendlicher Peer-Group-Lebens ist, evident: Mit dem Einlösen der Kinokarte wird ein symbolischer Vertrag in Kraft gesetzt, dessen „Kleingedrucktes" noch nicht bekannt ist, sondern zuerst nur das „Großgeschriebene" wie Genre, Auftreten von Stars etc. In der (eigentlichen) Rezeption werden die Modalitäten des Austauschs einerseits weiter ausgehandelt, andererseits wird der Erwartungsrahmen zunehmend evaluiert. Im Laufe der Rezeption steigen Verbindlichkeit und Sicherheit des Verlaufs, die Aushandlungsprozesse nehmen mit stetig zutreffenderen antizipierenden Systematiken der Rezipientinnen ab. Mit dem Schluss des Films endet zwar die unmittelbare Rezeption, nicht aber die Bindung an den Film – weitere Evaluation folgt, in der tiefere Nachmodellierungen des Rezeptionserlebnisses stattfinden können.

Hier nun wird der formale Rahmen des Vertrages überschritten. In den nachfolgenden Diskussionen der Peers kommt es nun zu Auseinandersetzungen, die immer weniger mit einer „Übereinkunft der kommunikativen Teilnehmer" (Casetti 2001, 157) als mit einem „identitätskonstituierenden Umgang" (Keppler 1996, 11ff) zu tun haben. Nach-rezeptiv wird diskutiert,

- wie gut für die einzelnen die Geschichte, Szenen und Handlungen nachvollziehbar waren;
- wie sie sich selbst in verschiedenen Situationen gesehen hätten (*role-taking, role-making*);
- ob Handlungen nicht nur plausibel, sondern auch als reale vorstellbar wären;

- ob sie ähnliche Situationen und entsprechende Emotionen schon (real) erlebt hätten, wie sie reagierten usw.

Es geht um das Verhältnis Äußerung – Realität: Die Kommunikationen der Peers vollziehen sich vor dem Hintergrund ihrer „Weltbilder", vor dem Hintergrund dessen, was einzelne und andere, die in den kommunikativen Kontext integriert sind, für wahrscheinlich und real halten. „Denn im Grunde genommen ist Kommunikation – wie indirekt auch immer – der Versuch der Verständigung von Individuen und Gruppen über Welt" (Sottong/Müller 1998, 85). Auch aus diesen „identitätskonstituierenden" Auseinandersetzungen mit der Vorlage „Film" erklärt sich ein Nutzen (s. Keppler 1996, 11ff), der die „lustvolle Rezeption" zur notwendigen Voraussetzung hat. Es gehört zur Eigenheit postrezeptiver Gespräche, dass sich von der Geschichte, den Szenen, Handlungen und Figuren der Vorlage „Film" immer weiter entfernt wird und die imaginierten Szenarien immer subjekt- und realitätsbezogener werden, bis schließlich gar nicht mehr über den Film geredet wird.

Literatur

Barthelmes, Jürgen / Sander, Eckehard (2001) *Erst die Freunde, dann die Medien: Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Casetti, Francesco (2001) Filmgenres, Verständigungsvorgänge und kommunikativer Vertrag. In: *Montage / AV*, 10,2, S. 155–173.

Fiske, John (1987) *Television Culture: Popular Pleasures and Politics*. London: Routledge.

Keppler, Angela (1996) Interaktion ohne reales Gegenüber. Zur Wahrnehmung medialer Akteure im Fernsehen. In: *Fernsehen als „Beziehungskiste": parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen.* Hrsg. v. Peter Vorderer. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 11–24.

Smith, Murray (1995) *Engaging characters. Fiction, emotion, and the cinema*. Oxford: Clarendon Press.

Sottong, Hermann / Müller, Michael (1998) *Zwischen Sender und Empfänger: eine Einführung in die Semiotik der Kommunikationsgesellschaft*. Berlin: Erich Schmidt.

Tindemans, Carlos (1985) Strukturierung des Zuschauerbewusstseins in der Aufführung. In: In: *Das Drama und seine Inszenierung.* Vorträge des internationalen literatur- und theatersemiotischen Kolloquiums Frankfurt am

Main, 1983. Hrsg. v. Erika Fischer-Lichte unter Mitarb. v. Christel Weiler u. Klaus Schwind. Tübingen: Niemeyer, S. 83–93 (Medien in Forschung und Unterricht. A,16.).

Wierth-Heining, Mathias (2001) Auszüge empathischer Bewegungen einer Mädchen-Clique im Film „8mm". Überarbeitete und veränderte Fassung des gleichnamigen Vortrages auf dem 15. Film- und Fernsehwissenschaftlichen Kolloquium in Paderborn. Manuskript. Marburg.

Wulff, Hans J. (2001a) Konstellationen, Kontrakte und Vertrauen. Pragmatische Grundlagen der Dramaturgie. In: *Montage / AV* 10,2, S. 131–154.

– (2001b) *Empathie als Dimension der Filmrezeption*. Ms. Kiel.