



MARCO DOHLE

Unterhaltung durch traurige Filme. Die Bedeutung von Metaemotionen für die Medienrezeption

Unterhaltungsforschung, 6

2011, 408 S., 47 Abb., 25 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 32,00 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60

ISBN 978-3-86962-037-4

Über dieses Buch: Der Film *Titanic* ist eine der erfolgreichsten Kinoproduktionen aller Zeiten. Aus Sicht gängiger Unterhaltungstheorien ist dies überraschend, denn der Film endet tragisch. Die Rezipienten eines solchen Films sollten sich also niedergeschlagen fühlen. Dies führt zu der Frage, warum Menschen freiwillig Unterhaltungsangebote nutzen, die bei ihnen Traurigkeit auslösen. Dieser Frage wurde in dem vorliegenden Band theoretisch und empirisch nachgegangen. Speziell wurde untersucht, welche Bedeutung Metaemotionen, die durch Prozesse der Bewertung von Emotionen entstehen, für die Selektion trauriger Filme haben. Die Ergebnisse standardisierter Befragungen zeigen unter anderem, dass verschiedene Dimensionen von Metaemotionen einen positiven Einfluss auf die Präferenz für traurige Filme ausüben. Die Resultate weisen somit auf eine sehr vielschichtige Gefühlslage hin, die gängigen Ansichten zu emotionalen Gratifikationen bei der Medienrezeption gegenübersteht.

Über den Autor:

Marco Dohle, geb. 1976, Studium Medienmanagement (Angewandte Medienwissenschaft) mit Nebenfach Psychologie am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover. Seitdem Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikations- und Medienwissenschaft I (Institut für Sozialwissenschaften) der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

Weitere Informationen:

http://halem-verlag.lookingintomedia.com/shop/product_info.php/products_id/230

Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
oder über unseren Online-Buchladen
oder in Ihrer Buchhandlung

Vorname und Name

Straße

E-Mail

Land, PLZ und Ort

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.