



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Der Anti-Heimatfilm

Romantik, Werte und Nationale Identität und deren Einfluss auf
den Konsum und die Bewertung des Anti-Heimatfilms.

verfasst von

Raffaela Ebersteiner, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, Mai 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Jürgen Grimm

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, Mai 2015

Raffaela Ebersteiner

Soweit in dieser Arbeit personenbezogene Begriffe nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise.

„Wo gehen wir denn hin? Immer nach Hause.“

(Novalis)

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1. Erkenntnisinteresse	2
1.2. Forschungsleitende Fragestellungen	3
1.3. Hypothesen.....	3
1.4. Aufbau der Arbeit.....	5
2. Heimat	7
2.1. Historische Entwicklung des Heimatbegriffs	9
2.1.1. Heimat in Österreich	13
2.1.1.1. Historische Voraussetzungen	13
3. Der Anti-Heimatfilm.....	15
3.1. Der Heimatfilm	15
3.1.1. Motive des Heimatfilms.....	16
3.1.1.1. Stadt und Land	16
3.1.1.2. Familie	18
3.1.1.3. Liebe	19
3.1.1.4. Kitsch	20
3.1.1.5. Zusammenfassung	21
3.1.2. Historische Entwicklung des Heimatfilms	22
3.2. Heimatfilm heute – der Anti-Heimatfilm	27
3.3. Die Entstehung des Anti-Heimatfilms	29
3.4. Motive des Anti-Heimatfilms	31
3.4.1. Zusammenfassung	38
3.5. Exkurs: Anti-Heimatliteratur	39
4. Der Film.....	40
4.1. Paradies: Liebe, Glaube, Hoffnung	42
4.1.1. Paradies: Liebe	43
4.1.2. Paradies: Glaube	43
4.1.3. Paradies: Hoffnung	44
4.2. Filmversionen	44
5. Theorie	45
5.1. Mediennutzungstheorien.....	45
5.1.1. Nutzenansatz.....	47
5.1.1.1. Uses-and-Gratification-Ansatz.....	51
5.1.1.2. Symbolischer Interaktionismus im Nutzenansatz	54
5.1.1.3. Kritik am Nutzenansatz	55
5.1.2. Mood-Management-Theorie	56

5.1.2.1.	Analogisch-konfrontierendes und kontrastiv-kompensierendes Gefühlsmanagement.....	59
5.1.2.2.	Kritik an der Mood-Management-Theorie	60
5.2.	Romantik und Kitsch	61
5.2.1.	Thesen zum Kitsch.....	63
5.2.2.	Der Anti-Kitsch-Effekt.....	67
5.3.	Werteorientierung.....	67
5.4.	Nationale Identität	69
5.4.1.	Soziale Identität.....	69
5.4.2.	Nationale Identität	70
5.4.2.1.	Patriotismus.....	71
5.4.2.2.	Nationalismus.....	72
6.	Empirischer Teil.....	73
6.1.	Methode und Durchführung.....	73
6.1.1.	Standardisierte Tests	73
6.1.1.1.	Romantik-Affinität vs. Romantik-Aversion.....	74
6.1.1.2.	Werte-Hierarchie-Test.....	76
6.1.1.3.	Dimension nationale Identität.....	78
6.1.1.4.	Kontrollerwartung	80
6.1.1.5.	Sensation Seeking	82
6.1.1.6.	Angstbewältigung (Monitoring/Blunting).....	84
6.1.1.7.	Involvement	86
6.1.1.8.	Narratives Engagement	86
6.1.1.9.	Identifikation	87
6.2.	Sample und Rekrutierung	88
6.3.	Kritik an der angewandten Methode und an Rekrutierung	90
6.4.	Filmversionen.....	91
6.4.1.	Version 1	92
6.4.2.	Version 2	94
6.4.3.	Version 3	96
7.	Beschreibung der Stichprobe – soziodemographische Merkmale	98
7.1.	Zusammenfassung.....	104
8.	Mediennutzung	105
8.1.	Allgemeine Mediennutzung	105
8.2.	Nutzung österreichischer Formate	106
8.3.	Allgemeiner Anti-Heimatsfilmkonsum	108
8.3.1.	Anti-Heimatsfilm: Zuwendungs- und Ablehnungsmotive	109
8.3.2.	Anti-Heimatsfilm-Seher und Anti-Heimatsfilm-Verweigerer – Fernsehverhalten.....	110
8.3.3.	Anti-Heimatsfilm-Seher und Anti-Heimatsfilm-Verweigerer – Nutzung österreichischer Formate	111
8.3.4.	Zusammenfassung.....	112

9. Anti-Heimatfilmkonsum und Romantik-Affinität bzw. -Aversion	113
9.1. Zusammenfassung	118
10. Anti-Heimatfilmkonsum und Werteeinstellung	119
10.1. Zusammenfassung	122
11. Anti-Heimatfilmkonsum und Nationale Identität.....	123
11.1. Zusammenfassung	126
12. Anti-Heimatfilm und psychosoziale Merkmale	127
12.1. Anti-Heimatfilm und Kontrollerwartung	127
12.2. Anti-Heimatfilm und Sensation Seeking.....	129
12.3. Anti-Heimatfilm und Angstbewältigung (Monitoring/Blunting)	132
12.4. Zusammenfassung	135
13. Bewertung der Filmversionen	135
13.1. Zusammenfassung	138
14. Involvement und Narratives Engagement.....	139
14.1. Zusammenfassung	141
15. Fazit	142
15.1. Ausblick	144
16. Literaturverzeichnis	147
17. Filmografie	153
18. Tabellenverzeichnis	154
19. Abbildungsverzeichnis	155
20. Anhang	157
Fragebogen	157
Abstract	175
Abstract (english version)	177
Lebenslauf.....	179

1. Einleitung

Die Resi. Der Rückstand.
Der Muff, die Dunkelheit, die Bigotterie,
der Heimatfilm - igitt!
(Festenberg 2007: 136)

Heimatfilme beschäftigen sich mit Heimat. Dabei gibt es unterschiedliche Herangehensweisen. So gibt es einerseits die klassischen Heimatfilme, die eine Welt der idyllischen Heimat darstellen. Sie handeln von Liebe, Freundschaft, Familie und dem gemeinschaftlichen Leben im Dorf inmitten von schöner Landschaft. Und andererseits gibt es Anti-Heimatfilme. Diese stellen Heimat in einen anderen Kontext und öffnen damit die Möglichkeit der Reflexion über und der Kritik an Heimat.

Das Genre des Heimatfilms hat sich im Laufe der Zeit weiterentwickelt und verändert. Seine Hochblüte erlebte der Heimatfilm in den 1950er Jahren, also in der Nachkriegszeit. Vieles war zerstört und der Krieg noch allgegenwärtig. „Das war die Zeit, in der die Leute einfach die Zerstörung nicht auch noch im Kino sehen wollten. [...] Die sentimentale Beziehung zur Heimat, wie sie sich im Kino ausdrückt, [...] ist eine Folge der beiden Weltkriege“ (aus <http://www.arte.tv/de/hans-guenther-pflaum/104518,CmC=1657828.html>; Stand: 07.10.2014). Der klassische Heimatfilm ist zwar auch heute noch Bestandteil der österreichischen Fernsehkultur, aber es konnten sich noch andere Formen des Heimatfilms etablieren, die einen anderen Zugang zu den Motiven des klassischen Heimatfilms haben. Heimat wird darin nicht mehr idyllisiert und ausschließlich in seinen schönen Facetten dargestellt. Heimat wird ironisiert und/oder kritisch betrachtet. Auf die genreprägenden Symbole (Liebe, Familie, Dorfleben, Landschaft) wird dabei nicht unbedingt verzichtet, jedoch der Blickwinkel verändert und die Sicht auf Heimat divergiert oder gar erneuert.

1.1. Erkenntnisinteresse

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem österreichischen Heimatfilm, genauer gesagt mit dem österreichischen Anti-Heimatfilm¹. Anti-Heimatfilm ist hierbei nicht als das Gegenteil von Heimatfilm zu verstehen, sondern als Teil des Genres, der sich aus der Geschichte des Heimatfilms entwickelt hat.

Im Fokus dieser Arbeit stehen dabei die Rezipienten und ihre (starke und schwache) Affinität bzw. (starke und schwache) Aversion zu Romantik sowie die Einstellung zu Werten, also moralischen Eigenschaften des Menschen. Desweiteren wird die Intensität der nationalen Identität untersucht. All diese Kategorien werden in Bezug zur Bewertung der und Zuwendung bzw. Ablehnung zu Anti-Heimatfilmen gesetzt.

Zusätzlich zu diesen Konstrukten spielen die theoretischen Modelle der Persönlichkeitsmerkmale Angstbewältigung, Sensation Seeking und Kontrollerwartung eine Rolle in dieser Arbeit. Es soll untersucht werden, ob und inwieweit Unterschiede hinsichtlich der Nutzungshäufigkeit, Bewertung und Zuwendung bzw. Ablehnung festgestellt werden können.

Ergänzend dazu werden allfällige Unterschiede zwischen Anti-Heimatfilm-Sehern und -Verweigerern hinsichtlich des Involvements und des narrativen Engagements festgestellt.

Die methodische Umsetzung erfolgt durch einen Online-Fragebogen. Dieser enthält neben den oben genannten psychosozialen Merkmalen auch Fragen zur allgemeinen Filmgenrepräferenz, zur Bevorzugung österreichischer Filmgenres, einen Filmausschnitt sowie Fragen zur Bewertung des Filmes und demographische Daten. Der Filmausschnitt wurde in drei unterschiedlichen Varianten gezeigt. Der Rezipient bekam jeweils per Zufall eine Version innerhalb des Fragebogens vorgeführt.

¹ In dieser Arbeit wird sowohl vom Anti-Heimatfilm als auch vom kritischen Heimatfilm gesprochen. Diese beiden Begriffe sind synonym zu verstehen. Ob und welche Unterscheidung bei diesen Begriffen getroffen werden kann, darauf wird in der Arbeit nicht näher eingegangen, da dies im Zuge der hier gestellten Fragestellung nicht relevant ist.

1.2. Forschungsleitende Fragestellungen

Folgende Fragen werden in dieser Arbeit untersucht:

F1: Sind Unterschiede in der Befürwortung oder Ablehnung von Anti-Heimatfilmen hinsichtlich der Romantik-Affinität bzw. Romantik-Aversion festzustellen? Welche Rolle spielt dabei die Intensität der Affinität bzw. Aversion?

F2: Welche Rolle spielt die Werteorientierung (Individualwerte, Gesellschaftswerte, Vermittlungswerte) hinsichtlich der Befürwortung oder Ablehnung von Anti-Heimatfilmen?

F3: Welche Rolle spielt die Einstellung zur eigenen Nation (nationale Identität, Kosmopolitismus, Nationalismus) hinsichtlich der Befürwortung oder Ablehnung von Anti-Heimatfilmen?

F4: Wie unterscheiden sich Anti-Heimatfilmseher und Anti-Heimatfilmverweigerer hinsichtlich ihrer Angstbewältigung, Kontrollerwartung und Erlebnissuche?

F5: Wie unterscheidet sich die Bewertung von Anti-Heimatfilmen, wenn sie sich

- a) kritisch/konfliktreich darstellt?
- b) ironisch, i.S. von humorvoll darstellt?
- c) auf das landschaftliche Umfeld konzentriert?

F6: Wie unterscheiden sich Anti-Heimatfilmseher und Anti-Heimatfilmverweigerer hinsichtlich des Involvements und narrativen Engagements?

1.3. Hypothesen

Romantik/Kitsch

H1a: Personen mit schwacher Romantik-Affinität und starker Romantik-Aversion sind eher Anti-Heimatfilm-Seher als Anti-Heimatfilm-Verweigerer.

H1b: Personen mit starker Romantik-Affinität und starker Romantik-Aversion sind eher Anti-Heimatfilm-Seher als Anti-Heimatfilm-Verweigerer.

H1c: Personen mit Romantik-Affinität bzw. Romantik-Aversion unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Zuwendungs- und Ablehnungsmotive.

H1d: Es gibt Unterschiede in der Bewertung des Anti-Heimatfilms zwischen Personen mit Romantik-Affinität und Personen mit Romantik-Aversion.

Werteeinstellung

H2a: Anti-Heimatfilm-Seher und Anti-Heimatfilm-Verweigerer unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Werteeinstellung.

H2b: Anti-Heimatfilm-Seher sind bei den Gesellschaftswerten und Vermittlungswerten niedriger und bei den Individualwerten höher positioniert als Anti-Heimatfilm-Verweigerer.

H2c: Anti-Heimatfilm-Seher sind bei den Vermittlungswerten niedriger und bei den Individualwerten sowie Gesellschaftswerten höher positioniert als Anti-Heimatfilm-Verweigerer.

H2d: Personen mit verschieden starker Intensität zu den einzelnen Wertekategorien beurteilen den Anti-Heimatfilm unterschiedlich.

Nationale Identität

H3a: Anti-Heimatfilm-Seher sind bei Patriotismus und Kosmopolitismus höher, bei Nationalismus niedriger positioniert als Anti-Heimatfilm-Verweigerer.

H3b: Anti-Heimatfilm-Seher sind bei Kosmopolitismus höher, bei Nationalismus und Patriotismus niedriger positioniert als Anti-Heimatfilm-Verweigerer.

H3c: Personen mit hohen Werten in den einzelnen Kategorien unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Zuwendungs- und Ablehnungsmotiven von Personen mit niedrigen Werten in den Kategorien.

Kontrollerwartung

H4a: Personen mit internaler Kontrollerwartung sehen häufiger Anti-Heimatfilme als Personen mit externaler Kontrollerwartung.

H4b: Personen mit internaler Kontrollerwartung bewerten den Anti-Heimatfilm besser als Personen mit externaler Kontrollerwartung.

H4c: Es gibt Unterschiede in den Zuwendungs- und Ablehnungsmotiven zwischen Personen mit internaler und externaler Kontrollerwartung.

Sensation Seeking

H4d: High Sensation Seeker sehen öfter Anti-Heimatfilme als Low Sensation Seeker.

H4e: High Sensation Seeker bewerten den Anti-Heimatfilm besser als Low Sensation Seeker.

H4f: Es gibt Unterschiede in den Zuwendungs- und Ablehnungsmotiven zwischen High Sensation Seekern und Low Sensation Seekern.

Angstbewältigung

H4g: Monitorer sehen häufiger Anti-Heimatfilme als Blunter.

H4h: Monitorer bewerten den Anti-Heimatfilm besser als Blunter.

H4i: Es gibt Unterschiede in den Zuwendungs- und Ablehnungsmotiven zwischen Monitoren und Bluntern.

Filmversion und Bewertung

H5a: Es gibt Unterschiede in den Bewertungen der drei Filmversionen hinsichtlich der Romantik.

H5b: Es gibt Unterschiede in den Bewertungen der drei Filmversionen hinsichtlich der Provokation.

Involvement und Narratives Engagement

H6a: Es gibt Unterschiede in Bezug auf das Involvement zwischen Anti-Heimatfilm-Sehern und Anti-Heimatfilm-Verweigerern.

H5b: Es gibt Unterschiede in Bezug auf das narrative Engagement zwischen Anti-Heimatfilm-Sehern und Anti-Heimatfilm-Verweigerern.

1.4. Aufbau der Arbeit

Die Arbeit erläutert zu Beginn den Begriff Heimat und geht insbesondere auf seine historische Entwicklung ein. Es wird auch ein Blick auf Besonderheiten von Heimat aus österreichischer Perspektive geworfen.

Um den Anti-Heimatfilm zu verstehen, ist es notwendig sich eingehend mit der Geschichte des Heimatfilms zu beschäftigen. Diese wird ebenso wie die Motive des klassischen Heimatfilms dargestellt.

Darauf aufbauend wird die Entstehung des Anti-Heimatfilms von seinen Anfängen erläutert sowie typische Elemente festgemacht und mit jenen des klassischen Heimatfilms verglichen. Dem folgt ein kurzer Exkurs zum Begriff der Anti-Heimatliteratur.

Im Anschluss werden die dieser Untersuchung zugrundeliegenden Filme (Paradies: Liebe, Paradies: Glaube, Paradies: Hoffnung) von Ulrich Seidl beschrieben sowie eine kurze Einführung in die Arbeitsweise des Regisseurs gegeben.

Die kommunikationswissenschaftlichen, theoretischen Grundlagen dieser Arbeit bilden der Nutzenansatz sowie die Mood-Management-Theorie.

Hinsichtlich des Nutzenansatzes wird auf den Uses-and-Gratification-Ansatz sowie auf den Symbolischen Interaktionismus im Nutzenansatz eingegangen. Ausgehend von Bedürfnissen des Menschen und deren Gratifikationen werden die Modelle dargestellt, aber auch auf Kritikpunkte eingegangen.

Die Mood-Management-Theorie geht auf die Stimulierung des Gefühlshaushalts der Rezipienten ein. Hierbei wird das Modell von Jürgen Grimm erläutert, welches das Gefühlsmanagement im Zusammenhang mit Mediennutzung in die Ansätze analogisch-konfrontierend und kontrastiv-kompensierend teilt.

Die drei für diese Arbeit wichtigsten persönlichkeitsorientierten Konstrukte werden im Anschluss daran vorgestellt. Es handelt sich dabei um Romantik, Werteorientierung und Nationale Identität. Romantik wird in Bezug zu Kitsch gesetzt und es wird der sogenannte Anti-Kitsch-Effekt näher betrachtet. Im Kapitel zur Werteorientierung werden die Stufen der moralischen Urteilsbildung von Lawrence Kohlberg aufgezeigt. Ausgehend von der Theorie der Sozialen Identität von Tajfel und Turner wird weiters Nationale Identität und dessen Unterkategorien dargestellt.

Der empirische Teil stellt zu Beginn die Untersuchungsmethode dar und beschreibt die Durchführung der Untersuchung. Nach der Beschreibung der Stichprobe, werden die allgemeine Mediennutzung sowie die Nutzung österreichischer Formate beschrieben. Anschließend wird auf den allgemeinen Konsum des Anti-Heimatfilms eingegangen.

Schließlich widmet sich diese Arbeit noch den Unterschieden in der Nutzungshäufigkeit, der Bewertung und den Motiven der Zuwendung bzw. Ablehnung zwischen Anti-Heimatsfilm-Sehern und Anti-Heimatsfilm-Verweigerern. Verweigerer sind dabei Personen, die angegeben haben, niemals Anti-Heimatsfilme zu konsumieren. Es wird dabei auf die unterschiedlichen Typen in Bezug auf Romantik (stark/schwach affin bzw. aversiv) eingegangen und die Frage untersucht, ob der Anti-Heimatsfilm, trotzdem er als nicht romantisch gilt, auch von romantikaffinen Personen angesehen wird? Oder überwiegen doch die romantik-aversiven Personen? Weiters wird auf die unterschiedliche Bedeutung der einzelnen Werte sowie auf die Einstellung zur Nationalen Identität in Bezug auf den Anti-Heimatsfilm- Konsum eingegangen. Darüber hinaus werden mögliche Unterschiede im Anti-Heimatsfilmkonsum hinsichtlich der Angstbewältigungstypen, des Sensation Seekings und der Kontrollerwartung untersucht. Es soll auch geklärt werden, ob und welchen Einfluss die drei Versionen mit jeweils verschiedenen Schwerpunkten auf die Fragestellungen haben.

2. Heimat

„Wer die eigne Stadt schildert,
reist ins Vergangene statt ins Ferne.“
Walter Benjamin

Das Kapitel beschäftigt sich einleitend mit einigen Gedanken zum Begriff Heimat um anschließend die historische Entwicklung des Begriffs und die Besonderheiten des österreichischen Heimatbegriffs zu erörtern.

„Ohne Heimat sein heißt leiden.“ Diesen Gedanken formulierte Fjodor Michailowitsch Dostojewski im 19. Jahrhundert. Er verwendet ein sehr starkes Wort – leiden. Ein Wort voll Emotion, voller Sehnsucht und Traurigkeit. Ohne Heimat zu sein lässt uns leiden und Sehnsucht verspüren – es lässt uns heimatlos sein. Andererseits würde eine Heimat zu haben, bedeuten, dass wir uns geborgen und sicher fühlen, dass wir etwas genießen können. Doch „keine Heimat erfüllt sich in bloßer Geborgenheit; sie fordert das Bergen von Sinn“ (Görner 1992: 9).

1877 wurde Heimat noch sehr pragmatisch beschrieben. Das Grimmsche Wörterbuch lehrte damals „Heimat, das Land oder auch nur der Landstrich, in dem man geboren ist oder bleibende Aufenthalte hat“ (<http://woerterbuchnetz.de/DWB/?sigle=DWB&mode=Vernetzung&lemid=GH05424>, Stand 20.5.2013). Doch diese Sichtweise reicht heute bei weitem nicht mehr aus. Heimat ist – so viel kann vorweg genommen werden – ein individuelles Gefühl und keine Sache.

Aber was ist Heimat nun genau? An was denke ich, was fühle ich? Denke ich an den Ort meiner Geburt, denke ich an die Zeit meiner Kindheit, denke ich an meine Familie und Freunde oder an den Ort, an dem ich die Bräuche und Traditionen kenne und verstehe? „Heimat ist ein Lebensraum, in dem die Bedürfnisse nach Identität, Sicherheit, Aktivität und Stimulation erfüllt werden, ein Raum, den sich die Menschen aktiv aneignen und gestalten, den sie zur Heimat machen und in dem sie sich einrichten können“ (Langenbacher 1983: 257).

Wir haben es hier also mit einer ersten, wenn auch sehr breiten Definition zu tun: Heimat als Lebensraum. Heimat erfüllt demnach unsere Grundbedürfnisse nach Identität, Sicherheit, Aktivität und Stimulation.

Heimat ist nicht für jeden das Gleiche. Es ist ein individuelles Gefühl zu einer bestimmten Sache, zu einem Ort, zu einer bestimmten Zeit, zu Menschen und zu deren Verhalten. Da, wo man sich *heimelig* fühlt, das kann Heimat sein. Jeder hat seine eigene Vorstellung von Heimat. Genau das macht es auch unmöglich es zu beschreiben.

Nach Gerhard Handschuh weist Heimat vier Perspektiven auf: Raum, Zeit, sozialer und kultureller Aspekt.

Raum versteht Heimat als einen individuellen Ort. Es muss sich dabei nicht um einen geographischen Ort handeln, sondern es kann auch etwa das zu Hause der Kindheit sein. Die zeitliche Dimension versteht Heimat vor allem in Bezug auf Erinnerungen, Nostalgie und Sehnsucht, also der Zeit. Zeit und Raum sind daher im Zusammenhang zu sehen. Der Raum ergänzt um Erinnerungen stammt aus der Kindheit und begleitet oft den weiteren Lebensweg.

Der soziale Aspekt definiert Heimat als den Ort, an dem man sozialisiert ist. Heimatgefühle definieren sich demnach aus der Sozialisation, also der

Interaktion mit dem Umfeld, den eigenen Beziehungen. Der kulturelle Aspekt beinhaltet das Verstehen und die Erhaltung von Elementen wie Brauchtum, Tradition, Sprache, Kultur, Religion und Ethik. Hier liegt auch zugleich ein Gefahrenherd der Verklärung von Heimat und des Ausschlusses von Fremden.

Auch dies sind sehr breitgefächerte Sichtweisen auf Heimat, die darauf schließen lassen, dass Heimat etwas ist, das aufgrund seiner Individualität und Abstraktion nicht greifbar ist. Doch trotz all seiner Ausprägungen, gibt es etwas, das Heimat immer ausmacht: es ist etwas vom Menschen Gestaltetes, das abhängig von der Sozialisierung und der Gesellschaft des Menschen ist. Heimat ist Kultur und Heimat macht Kultur. Es schafft gemeinsame Kulturgüter – geistig geschaffene Kulturgüter. In der vorliegenden Arbeit wird es um ein bestimmtes Kulturgut gehen: den Spielfilm. Er ist ein „Ausdruck von Kultur, denn der Film als Massenmedium spiegelt im kulturellen Kontext einen Teil der Massen- und Populärkultur wider“ (Backen 2009:31).

2.1. Historische Entwicklung des Heimatbegriffs

Bis ins 19. Jahrhundert wurde der Heimatbegriff mit einer materiellen Bedeutung gleichgesetzt. Heimat wurde mit Haus und Hof verbunden, mit Recht und Besitz. So war jemand der heimatlos war, auch jemand, der recht- und mittellos war. 1859 wird im Wiener Gemeindegesetz erstmals der Begriff *Heimatrecht* benutzt. Dieses gilt als ein Vorreiter der Staatsbürgerschaft.

Das Heimatrecht können nur österreichische StaatsbürgerInnen in einer österreichischen Gemeinde erwerben. Jede/r Staatsbürger/in soll in einer österreichischen Gemeinde das Heimatrecht besitzen. Mit dem Heimatrecht ist das Recht auf ungestörten Aufenthalt in der Heimatgemeinde und eine Armenversorgung verbunden. Das Heimatrecht kann einem/r Staatsbürger/in nur in einer Gemeinde zustehen und durch Geburt, Verehelichung, Aufnahme in den Heimatverband und ein öffentliches Amt erlangt werden. Eheleiche Kinder erlangen das Heimatrecht in jener Gemeinde, in welcher der Vater zur Zeit ihrer Geburt heimatberechtigt war, uneheliche Kinder sind in der Gemeinde heimatberechtigt, in der die Mutter zur Zeit der Entbindung das Heimatrecht besitzt. Frauen erlangen durch die Verehelichung das Heimatrecht in der Gemeinde, in welcher der Ehegatte heimatberechtigt ist.

(<http://www.demokratiezentrum.org>; Stand 15.10.2014)

Im späten 18. Jahrhundert entwickelte sich aus einem entstehenden öffentlichen Diskurs über die Heimat, auch eine Ambivalenz zu dem Heimatbegriff. Horst Wolfram Geißler brachte eine neue Dimension der Heimat ins Gespräch: „Die Heimat ist [...] nie schöner, als wenn man in der Fremde von ihr spricht.“ Auch die Ferne, also die Abwesenheit von Heimat spielte nunmehr eine Rolle. Es geht um Sehnsucht und Erinnerung: machen sie einen Ort oder etwas anderes zur Heimat? Man fühlt sich dort daheim, wo man dazugehört, wo man sich vertraut und verstanden fühlt. Damit bildet man aber auch eine Grenze. Nämlich die, an der das Vertraute aufhört und das Fremde beginnt. Das Fremde, das Verlorenheit und Unsicherheit mit sich bringt. Das Fremde, das potentiell unheimlich und geheimnisvoll ist. Das Fremde, das das Gegenstück zu Heimat ist – die Unheimat, das Unheimliche.

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts wurde der Begriff Heimat zunehmend emotionalisiert und ideologisiert. Damit gehen einher die „Entmaterialisierung“ des Begriffes und eine bildsprachliche Aufladung. Heimat wird außerdem zunehmend provinzieller und mit Landschaft und Idylle verknüpft. Heimat wurde die Antwort auf die zunehmende Industrialisierung. Dieser Rückgriff „geschieht nicht in der Absicht der emotionalen und romantisierenden Verklärung der Vergangenheit, sondern stellt einen Versuch rationaler Daseinsgestaltung als Gegenentwurf zum Industrialisierungsprozeß des 19. Jahrhunderts dar“ (Grancy 2001: 34). Diese Heimatbewegung hatte das Ziel, die bestehende Heimat zu pflegen und zu konservieren. Sie war „ein Konglomerat von diversen Aktivitäten einzelner Gruppen, die mit mehr oder weniger regionalem Bezug und jeweils in Teilbereichen des geistig-politisch-kulturellen Lebens den ihrer Meinung nach zerstörerischen Tendenzen der sozioökonomischen Entwicklung entgegenzuarbeiten versuchten“ (Neumeyer 1992: 25). Heimatmuseen und -vereine wurden gegründet, Heimatkunde wurde ein eigenes Unterrichtsfach. Heimat wurde zunehmend kommerzialisiert.

Der Erste Weltkrieg von 1914-1918 kehrte die nationalistischen Sichtweisen und die propagandistische Wirkung der Heimatbewegung deutlich in den Vordergrund. Die Heimatfront, also die Einbeziehung der zivilen Bevölkerung in das Kriegsgeschehen, entstand als „eine Bemühung um eine vollständige

Mobilisierung der wirtschaftlichen und menschlichen Ressourcen“ (Krumeich 1997: 12). Die Heimat war Produzent für den Krieg, aber auch Adressat des Erzählens über den Kriegsalltag. Fotos und Briefe waren das Kommunikationsmittel zwischen den Soldaten und der Heimat.

Das Ende des 1. Weltkrieges brachte nicht nur den Verlust der Heimat, sondern auch die allmähliche Entstehung von Heimwehren mit sich. Im austrofaschistischen Ständestaat schließlich wurden der Heimwehr polizeiliche und sicherheitstechnische Agenden übertragen. Die autonome politische Funktion der Heimwehr wurde immer stärker. Die Heimwehr war uniformiert und agierte deutlich antisemitisch. Heimat wurde zunehmend politisiert und ideologisiert.

Den Höhepunkt der Politisierung und Ideologisierung von Heimat erreichten die Nationalsozialisten. Und hier liegt auch der Grund für den besonders emotionalen Umgang mit Heimat im deutschsprachigen Raum. Nach dem Ende des 2. Weltkriegs 1945 war Heimat wieder zu etwas geworden, das eigentlich gar nicht existierte. Denn entweder war es zerstört oder mit schlimmen Erinnerungen versehen. Die Heimat verlor seinen räumlichen Bezug. Der Begriff jedoch wurde in seiner Emotionalität gesteigert und kommerzialisiert. „Heimat wurde nach wirtschaftlichen Kriterien produziert und vermarktet durch kommerzielle Kulturgüter, wie dem Heimatfilm“ (Stieber 2009: 22). Heimat musste, aufgrund der nationalsozialistischen Färbung, entpolitisiert werden. Der Begriff wurde mit Klischees, Wünschen und Idylle aufgeladen und diente so der kommerziellen Kulturindustrie bestens zur Vermarktung des Landes. Heimatfilme und Heimatromane in kitschigster Weise hatten ihre Hochblüte in der Nachkriegszeit.

Mit der wirtschaftlichen Stabilisierung des Landes verlor diese triviale Heimatkultur in den 1960er Jahren kurzfristig an Bedeutung. Eine erste Renaissance erlebte sie jedoch bereits in den Anfängen der 1970er Jahren, intensiver jedoch ab den 1980er Jahren. Die Stichworte dieser Wiederbelebung von Heimat waren nunmehr Industrialisierung und Globalisierung. „Die Städte, Autobahnen, Servicestationen, die Möbel, die elektrischen Haushaltsgegenstände, die Teller und Löffel werden überall die gleichen sein.

[...] Die werdende Welt von morgen wird Heimat gewiss und Muttersprache möglicherweise aus sich ausstoßen und nur noch als einen Gegenstand historisch gelehrter Spezialforschung am Rande bestehen lassen“ (Améry 2002: 110). Es wird gefordert, in der Welt der Globalisierung, Identität zu finden. Heimat soll dabei helfen. Dafür musste sie neu definiert und von der nationalsozialistischen Konnotation befreit werden. „Als Gegengewicht zur (Selbst)Entfremdung des Menschen von seiner Umwelt und die fortschreitende [sic!] Anonymisierung des Menschen in der Industriegesellschaft, entstanden Versuche, sich kleine Bereiche von ‚Heimat‘ zu schaffen, die Ausdruck von Individualität und Identität bereitstellen sollten. [...] Die wichtigsten Beispiele für derartige Bestrebungen [sind] u.a. Bürgerinitiativen, Stadtteilzeitungen, Ortsbeiräte, -jubiläen und -chroniken, Altstadt- bzw. Stadtteilstadt, ein Interesse an regionaler Kultur (z.B. Mundart) und Geschichte, Stadtsanierung, Dorferneuerung und Denkmalpflege“ (Brückel 2009: 27).

Auch im 21. Jahrhundert erlebt Heimat eine Renaissance in neuen Kontexten. Die zunehmende Dynamik in der Gesellschaft ist vielleicht sogar als Voraussetzung für das wiederaufkommende Heimatgefühl zu sehen. Heimat „ist ein Stück Unvergänglichkeit in der vorbeirauschenden Zeit und ein Ort, an den man gehört“ (Berndt 2010: <http://www.sueddeutsche.de/wissen/gemischte-gefuehle-heimatgefuehl-im-wohlfuehl-ort-1.1041384>; Stand: 15.10.2014). Für Bernd Hüppauf sind die Elemente Globalisierung und Migration wesentliche neue Aspekte, die bei der Auseinandersetzung des Begriffs Heimat im 21. Jahrhundert mitgedacht werden müssen. „Das Zusammenwirken von Heimat und der globalisierten Welt sollte als produktive Einheit gedacht werden. Nur ein Heimat-Begriff, der offen ist für die Pluralität und der alle Erfahrungen der Geschichte und der Gegenwart miteinschließt, hat eine Zukunft“ (Stieber 2009: 25). Heimat ist nun stärker als zuvor nicht mehr an einen Ort oder gar den Geburtsort gebunden. Die Welt ist global vernetzt. Menschen, Informationen und Güter können rasch transportiert werden. Städte leben von ihren multikulturellen Einflüssen, ihrer Pluralität und ihrer Dynamik. Die räumliche Heimat verliert in diesem Kontext mehr und mehr an Bedeutung, dies gilt aber nicht unbedingt für die kulturelle oder sprachliche Heimat. Diese kann durch die neuen Medien und die dadurch rasche und globale Kommunikation ein Stück weit mitgenommen und

in den neuen Lebensraum integriert werden. So kann ein neuer Heimatbegriff entstehen. Die eben beschriebenen Aspekte Globalisierung und Migration bieten jedoch auch Möglichkeiten des erneuten Missbrauchs des Heimatbegriffs. Die Menschen sind mit Neuem konfrontiert und Neues trifft oft auf Unsicherheit und Angst. Diese Angst bietet rechtspopulistischen Parteien die Möglichkeit, die Emotionalität des Begriffs auszunutzen und für ihre Zwecke zu verwenden. „Daham statt Islam“, „Mut zur Heimat“ sind nur einige Beispiele für die politische Ausnützung des Begriffs.

2.1.1. Heimat in Österreich

Wie schon angedeutet, ist der Begriff Heimat in Österreich und Deutschland einem besonderen Diskurs unterlegen. Er ist semantisch äußerst gehaltvoll. Nach Max Frisch äußert sich das schon in der Sprache, denn *Heimat* lässt sich in keine andere Sprache übersetzen. „MY COUNTRY erweitert und limitiert Heimat von vornherein auf ein Staatsgebiet, HOMELAND setzt Kolonien voraus, MOTHERLAND tönt zärtlicher als Vaterland, das mit Vorliebe etwas fordert und weniger beschützt als mit Leib und Leben geschützt werden will, LA PATRIE, das heißt sofort eine Flagge“ (Frisch 1974).

Natürlich ist Heimat nicht nur ein deutschsprachiges Phänomen. Heimat ist Teil jeder Kultur. Der deutschsprachige Raum jedoch hat eine besondere begriffliche Beziehung. Die Gründe dafür liegen in der Geschichte Deutschlands und Österreichs und in ihrer historischen Verarbeitung mit der eigenen Vergangenheit.

2.1.1.1. Historische Voraussetzungen

Nach dem 1. Weltkrieg war Österreich heimatlos geworden. Das große Habsburgerreich war Geschichte und das kleine Österreich war „der Staat, den keiner wollte“². Deutschösterreich, kaum gegründet, wurde wieder abgeschafft und schließlich am 21. Oktober 1919 als Republik Österreich mit der Ratifizierung des Staatsvertrags begründet. Bestrebungen des Anschlusses an Deutschland gab es immer wieder. Die Stabilität des Landes war nicht gegeben und innerpolitische Konflikte allgegenwärtig. Diese gipfelten 1927 im Brand des

² Zitat des Publizisten Hellmut Andics, 1962

Justizpalastes nach dem Schattendorfer Urteil und schließlich am 4. März 1933 in der „Selbstausschaltung des Parlaments“. Die anschließende Zeit des Austrofaschismus wird in der historischen Auseinandersetzung von Österreich immer wieder ausgelassen oder als Widerstand gegen Nazi-Deutschland beschrieben. Am 12. März 1938 kam es zum Anschluss Österreichs an Deutschland. Am 30. Oktober 1943 wurde die Moskauer Deklaration beschlossen, die Österreich offiziell als das „erste freie Land, das der typischen Angriffspolitik zum Opfer“ fiel deklarierte. Die Passage der Mitschuld, die sich dort findet wurde im Staatsvertrag herausgestrichen und Leopold Figl verkündete am 15. Mai 1955 „Österreich ist frei“. Dabei sprach er jedoch nicht von der Zeit des Nationalsozialismus, sondern von der der Besetzung durch die Alliierten. Der österreichische Umgang mit der eigenen Vergangenheit war, überspitzt formuliert, seit Gründung der Ersten Republik vom Verdrängen bestimmt.

Österreich bemühte sich in den 1950er Jahren als Tourismusort zu wirken, als Ort der Idylle, der schönen Landschaften. „Hilfestellung beim Bemühen, die österreichischen Gästebetten zu füllen, erhielt die Tourismuswirtschaft durch die Kulturindustrie. Heimatfilme und Schlager weckten die Sehnsüchte und übernahmen die mediale Vermarktung“ (Büttner 2007: 8). Eine Tatsache, die für die Entwicklung der Anti-Heimatkultur in Österreich von hoher Bedeutung ist. Denn wo sich kulturell in den 1970er Jahren erste Widerstände breitmachten, sollte es politisch noch bis in die 1990er Jahre hinein dauern: Die bis dahin vertretene Opferthese Österreichs wurde erstmals durch Franz Vranitzky in seiner Rede vor dem Nationalrat im Juli 1991 offiziell in Frage gestellt und eine Mitschuld Österreichs am Nationalsozialismus anerkannt. „Es gibt eine Mitverantwortung für das Leid, das zwar nicht Österreich als Staat, wohl aber Bürger dieses Landes über andere Menschen und Völker gebracht haben. Wir bekennen uns zu allen Taten unserer Geschichte und zu den Taten aller Teile unseres Volkes, zu den guten wie zu den bösen; und so wie wir die guten für uns in Anspruch nehmen, haben wir uns für die bösen zu entschuldigen - bei den Überlebenden und bei den Nachkommen der Toten.“³

³ Rede von Franz Vranitzky vor dem Nationalrat am 8. Juli 1991

All diese in aller Kürze dargestellten „besonderen“ Umgangsformen mit der eigenen Geschichte, spielen im Anti-Heimatfilm eine bedeutende Rolle.

3. Der Anti-Heimatfilm

Die Anti-Heimatfilme setzen sich „mit dem Erbe des Habsburgerreiches und des Nationalsozialismus auseinander und treffen Österreich an seinen neuralgischen Punkten.“ (Hoell 2000: 349). Darüber hinaus stellt er soziale und gesellschaftliche Tabus in den Mittelpunkt seiner Erzählungen.

Der Anti-Heimatfilm ist nicht als Gegensatz zum Heimatfilm zu sehen, sondern als ein (Sub-)Genre, das sich aus dem Heimatfilm entwickelt hat. „Der *kritische* oder auch *Anti-Heimatfilm* setzt sich diffizil mit der [sic!] als zu idyllisch, unschuldig und simpel empfundenen Motiven des Heimatfilms auseinander. Diese neue ‚Bewegung‘ innerhalb des Genres lehnt die verkitschte Heile-Welt-Fiktion des Heimatfilms der Nachkriegszeit ab und hat irreversible Veränderungen innerhalb des Genres zur Folge. In [sic!] positiven Sinne könnte man auch sagen, dass er das Genre revitalisiert und somit sein ‚überleben‘ [sic!] gesichert hat“ (Ploskov 2013: 38).

Um jedoch weiterführend über den Anti-Heimatfilm sprechen zu können, bedarf es vorab der Auseinandersetzung mit dem Genre des Heimatfilms. Die vertiefende Beschäftigung mit dem Heimatfilm ist notwendig, da hier die Quelle für den Anti-Heimatfilm liegt. Der Heimatfilm ist die Bezugnahme für den Anti-Heimatfilm. „Motive, Stereotype und narrative Strukturen, die in dieser Zeit geschaffen wurden, werden danach immer wieder aufgegriffen und modifiziert, weshalb sie ausführlich behandelt werden müssen“ (Ploskov 2013: 33).

3.1. Der Heimatfilm

„Heimat, die Liebe zur Heimat, der Verlust von Heimat und die Sehnsucht nach einer unbeschädigten Heimat, dies waren die Impulse, die das Heimatfilmgenre in den fünfziger Jahren ausgemacht und geprägt haben“ (Trimborn 1998: 11).

3.1.1. Motive des Heimatfilms

Der Heimatfilm wird durch Symbole und bestimmte Elemente in der Handlung sowie Stereotype konstituiert. Oft handelt es sich dabei um Antagonismen (Liebe-Konflikt, Stadt-Land). Die wichtigsten genrebestimmenden Motive werden in diesem Kapitel dargelegt und beschrieben.

3.1.1.1. Stadt und Land

Ein zentrales Motiv des Heimatfilms ist der Antagonismus von Stadt und Land. Das Land ist hierbei der Ort des Wohlbefindens. Er bietet Orientierung und Struktur. Hier können sich die Bewohner erholen, die Natur genießen und werden in der dortigen Familie und Dorfgemeinschaft gerne aufgenommen. Die Bewohner des Landes leben „die ‚wahren Werte‘ im Sinne einer ‚Schützenvereinsromantik‘ – ‚Glaube, Sitte, Heimat‘“ (Trimborn 1998:42). Die natürliche Landschaft ist dabei ein zentrales Moment. Die Natur steht dabei für die Reinheit und Ruhe des Lebens. Die Bewohner des Dorfes genießen diese und sind mit ihr emotional verbunden. Der „Eindringling“ aus der Stadt hingegen will diese nur konsumieren. „Die Landschaft ist in den Filmen des Genres nicht nur Hintergrund, also quasi Dekoration für die Handlung, sondern die idyllisiert dargestellte Landschaft ist zugleich das grundlegende und entscheidende genrekonstituierende Element aller Heimatfilme“ (Trimborn 1998: 60). Hierzu gehört, dass die Szenerie (Land wie auch Stadt) geographisch nicht real ist bzw. nicht weiter konkretisiert wird. Es kann sich also um Orte handeln, die in der Realität nicht existieren oder aber, die nicht benannt werden. Dadurch gibt es auch keinen realen Vergleichspunkt. Die Orte sind beliebig verschiebbar. Somit ist es möglich die Landschaft stereotyp (positiv wie negativ, für Land und Stadt) darzustellen.

Die Stadt wird dabei typischerweise kalt, hart, einsam und beengend dargestellt. Sie ist ein Ort der Heimatlosigkeit und Anonymität und steht damit im Gegensatz zum identitätsstiftenden Land. Die Stadt wirkt bedrohlich. Ihre Bewohner werden im Film oft als Gefahr für das idyllische Landleben gezeigt. So wollen sie etwa wie im Film *Wilde Wasser* (1962) eine Autobahn durch das Dorf bauen und damit

die Natur gefährden. Der Stadtbewohner ist auf Erfolg und Karriere gerichtet und wird – sofern er sich nicht in die Dorfgemeinschaft integriert – negativ dargestellt. Nach Christian Strasser lassen sich mehrere Elemente des Gegensatzes zwischen Stadt und Land im Heimatfilm festmachen:

- Bedrohung der Heimat durch die finanzielle Macht der Stadtbewohner.
- Gegensatz von Stadt und Land als zwei grundlegend entgegengesetzte Welten.
- Zwang zur Einordnung in die soziale Hierarchie; Die typischen Elemente der Handlung des Heimatfilms sind laut Strasser Heimat-Rückkehr-Bekehrung zur Tradition durch den Druck der Älteren oder die gesamte dörfliche Gemeinschaft. Erst nach der Unterordnung in die Gemeinschaft kann das Happy End stattfinden (vgl. Strasser 2004: 73 f.).

Der dargestellte Gegensatz ist auch Motor für die Handlungen der Geschichte. „Die Konfrontation und Gegenüberstellung mit der negativ bewerteten Stadt“ (Trimborn 1998: 42) ist oft der Ausgangspunkt der Geschichten: Die Protagonisten der Filme sind bspw. ausgewandert, sie übertreten die Grenze zwischen Heimat und Fremde, also zwischen Stadt und Land. Glücklicherweise werden sie in der Hektik der Stadt jedoch nie. „Der Konflikt zwischen Stadt und Land, und damit der Konflikt zwischen den beiden gegenübergestellten Lebensformen und Lebenseinstellungen HEIMAT und Fremde, wird fast ausnahmslos in allen Heimatfilmen der fünfziger Jahre zugunsten des Landes, also zugunsten der Lebensform getroffen, die sich ganz bewußt und ganz demonstrativ auf tradierte Wertvorstellungen besinnt“ (Trimborn 1998:42). Die Rückkehr in die Heimat, in die Familie und zu den Dorfbewohnern und die damit einhergehende Wiedereingliederung in den entsprechenden Platz der Dorfgemeinschaft ist somit ein beliebtes Ende der Heimatfilme.

Der Gegensatz von Stadt und Land findet sich in vielen Bereichen im Heimatfilm wieder, so auch in Bezug auf Liebe und Familie. Er ist somit DAS zentrale Element der Heimatfilme.

3.1.1.2. Familie

„Die Art der Thematisierung der Bereiche Liebe, Ehe und Familie sagt sehr viel über das Moralverständnis der fünfziger Jahre und über die generellen gesellschaftlichen Befindlichkeiten der damaligen Zeit aus“ (Trimborn 1998: 75).

Liebe ist hierbei eng mit dem obersten Ziel der Gründung einer Familie verbunden. Die Familie ist das höchste Gut. Die Vollkommenheit erreicht die Familie nur im ländlichen Umfeld. Die Stadt ist hinderlich für die Erreichung dieses Ziel. Denn in der Stadt haben die Bewohner andere Werte und Prioritäten: bspw. eher monetäre als familiäre Ziele.

Die Familie als Ort der Sozialisation spielt eine bedeutende Rolle in den Heimatfilmen. Auffallend ist, dass es sich oft um tragische Familienschicksale handelt. So sind die Familien oft im klassischen Sinne (d.h. Vater, Mutter, Kind(er)) nicht vollständig. Ein Elternteil fehlt oder ist schwer krank. Die Kinder müssen für den verlorenen Erwachsenen einspringen und damit ihre eigenen Bedürfnisse zurückstecken. So kann es sein, dass die Tochter der Familie entgegen ihres eigenen Glücks heiratet um durch diese Ehe die Familie vor dem finanziellen Ruin zu bewahren⁴. Unvollständigkeit innerhalb der Familie war in den 50er Jahren ein real existierendes Problem. Durch den 2. Weltkrieg wurden viele Familien beschädigt. In den Heimatfilmen ist es meist die Ehefrau, die abwesend ist. Ihr Fehlen wird nicht geklärt. In der Realität der 50er Jahre fehlte hingegen oft der Mann in der Familie. Er war im Krieg gefallen, verschollen oder verletzt zurückgekommen. Der Heimatfilm spricht somit ein tatsächliches Problem dieser Zeit an, er wandelt es jedoch um. „Durch das nicht dem realen Erleben entsprechende Fehlen der Mutter im Heimatfilm konnte man indirekt die tatsächlichen zerstörten Familienstrukturen thematisieren, vermied jedoch, indem man den fehlenden Mann und Vater durch die fehlende Frau und Mutter ersetzte [...] allzu direkte, authentische und schmerzliche Erinnerungen“ (Trimborn 1998: 81).

⁴ Anhand dieses Beispiels wird das typische Bild der Frau in den Heimatfilmen deutlich. Die Frau ist aufopfernd und stellt ihre Bedürfnisse dem Familienwohl unter. „Sie ist dem Mann und den grundlegend patriarchalischen Strukturen gesellschaftlichen Zusammenlebens untergeordnet und als ihr einziges Bestreben wird dargestellt, die Liebe eines bestimmten Mannes zu erlangen“ (Trimborn 1998: 92).

3.1.1.3. Liebe

Im Heimatfilm geht nichts ohne eine Liebesgeschichte. Man kann sogar so weit gehen und sagen: Gibt es keine Liebesgeschichte handelt es sich nicht um einen Heimatfilm. Unter Liebe versteht man dabei stets die ewige und treue Liebe zwischen Mann und Frau. Aber eben auch die Liebe, die vernünftig ist und der Familie hilft. Angesprochen wird die emotionale Liebe, die körperliche Liebe, also Sexualität wird ausgeklammert.

Die Liebesbeziehung wird stets von einem Konflikt, einem Missverständnis oder einem anderen Problem begleitet. Inhaltlich geht es jedoch nicht um den angesprochenen Konflikt, sondern um den Prozess der Auflösung dessen. Das Problem dient also dazu, die Lösung dessen in Szene zu setzen und dem Rezipienten als Idealzustand darzustellen und nicht die Handlung auf der Problemstellung aufzubauen (vgl. Grimm 1998: 354). Um dies mit einem Beispiel zu verdeutlichen, denken wir bspw. an den zweiten Teil der Sissi-Trilogie von Ernst Marischka „Sissi – Die junge Kaiserin“ aus dem Jahr 1956: Erzherzogin Sophie, Mutter von Kaiser Franz Joseph, ist davon überzeugt, die Kinder des Kaiserpaares besser erziehen zu können als die Kaiserin Elisabeth. Sie übernimmt also mit Unterstützung ihres Sohnes die Erziehung der Kinder und Sissi darf ihre eigenen Kinder von nun an nur noch mit Erlaubnis der Erzherzogin sehen. Sissi flüchtet daraufhin ins elterliche Schloss nach Possenhofen in Bayern. Franz Joseph reist ihr nach. Zuerst noch wildentschlossen Sissi Vorwürfe aufgrund der überstürzten Abreise und deren Außenwirkung zu machen, ist er beim Anblick der Kaiserin von seinen Gefühlen überwältigt und vergisst augenblicklich seine Wut. Auch Sissi vergisst ihrem berechtigten Ärger Luft zu machen und wirft sich voller Leidenschaft in die Arme ihres Mannes. Ein gemeinsamer Romantikurlaub in den Bergen folgt. Fassen wir das Problem dieser Geschichte zusammen: Einer Mutter wird das Kind weggenommen. Sie wird für unmündig erklärt und hat ab sofort kein Mitspracherecht in der Erziehung des Kindes. Sie darf es noch nicht einmal sehen, wann sie möchte.. Es handelt sich hierbei zweifelsfrei um ein schwerwiegendes Problem und einen drastischen Konflikt. Dieser wird im Film jedoch nicht näher behandelt. Der Fokus liegt deutlich auf der „Auflösung“ des Problems. Wobei mit Auflösung nicht die Lösung oder die Konsequenzen des Problems gemeint sind, sondern eine Verpuffung

des Konflikts durch kitschige Elemente. Nämlich die Versöhnung des Kaiserpaares und den schönen Urlaub auf einer Tiroler Alm bei der die Ehefrau den Ehemann davon überzeugt, in zukünftigen Konfliktsituationen mit der Schwiegermutter zu ihm zu halten und der Ehemann verspricht, nun alles dafür zu tun, das Kind wieder zurückzuholen.

Hier wird ein deutlicher Unterschied zum Anti-Heimatfilm sichtbar. Die Problemstellung im Anti-Heimatfilm ist Grundlage des Inhalts, die Lösung muss nicht Teil der Handlung sein. Es geht also nicht darum ein Happy End zu haben, so wie es im Heimatfilm unbedingt notwendig ist. Zum Vergleich werfen wir einen Blick auf den Film *Die Wand* von Julian Pölsler (2012), der auf dem gleichnamigen Roman von Marlen Haushofer basiert. Es geht darin um eine Frau, die innerhalb einer unsichtbaren Wand in den Bergen gefangen gehalten wird. Alle Menschen außerhalb dieser Wand sind tot. Die Protagonistin verbringt einige Jahre völlig alleine in ihrem „Gefängnis“. Ihre einzigen Begleiter sind ihr Hund und weitere Tiere der Umgebung. Als sie nach einigen Jahren der Einsamkeit auf einen anderen Menschen trifft, erschießt sie diesen, da er ihre Tiere quält. Die „Lösung“ ist ein tödlicher Konflikt. Es ist jedoch keine Lösung, die das Problem an sich, also die Wand, beseitigt. Ob das Problem der Vereinsamung und Abschottung in der Jagdhütte jemals gelöst wird, bleibt im Film offen. Das klassische Problem-Lösungs-Modell ist im Gegensatz zum klassischen Heimatfilm im Anti-Heimatfilm nicht unbedingt erforderlich.

3.1.1.4. Kitsch

Heimatfilme sind kitschig. Kitschig in ihrer Darstellung, ihrer Ausstattung und in ihrer Handlung. „Im allgemeinen [sic!] wird der Kitsch mit Harmoniestreben, Liebes- und Versöhnungsbedürfnissen sowie mit dem Wunsch nach Ordnung und Einfachheit in Verbindung gebracht, also: mit ‚heiler Welt‘ und Idylle“ (Grimm 1998: 353). Betrachten wir diese Aussage über Kitsch von Jürgen Grimm, lässt sie sich gut auf den Heimatfilm übertragen. Harmonie, Liebe, Ordnung und Einfachheit sind Elemente, die im klassischen Heimatfilm eine zentrale Rolle spielen.

Auf der anderen Seite wurzelt „die Sehnsucht nach der Idylle, nach Enklaven der Harmonie und Geborgenheit [...] im erlebten Grauen“ (Grimm 1998: 353). Das heißt, das erlebte Schlechte ist die Basis dafür Idylle erleben zu wollen. Das Schlechte macht das Gute sichtbar. Kitsch braucht also die Darstellung des „Bösen“, um zu funktionieren. Für den Heimatfilm erklärt dies die Bedeutung des Konflikts in der Handlung. Denn die Lösung dessen begleitet den Zuschauer zurück in den Idealzustand. Diese These wird nochmals ausführlich in Kapitel 5.2. besprochen.

3.1.1.5. Zusammenfassung

Der Heimatfilm braucht Konflikte. Konflikte zwischen Stadt und Land, Konflikte in der Liebe. Die Konflikte des Stadt-Land-Motivs gehen dabei immer zugunsten des Landes aus. Die Konflikte der Liebe basieren oft auf Missverständnissen und Verwechslungen, die sich am Ende des Films jedoch auflösen.

Der Stadt-Land-Antagonismus ist das zentrale Motiv des Heimatfilms. Sei es in Bezug auf die Liebe, die eigene Identität oder als Handlungsmotiv. Das Land ist dabei immer der moralische Sieger. „In den meisten Fällen [steht] fest, daß etwa der Mann, der zeitweise durch die Versuchung einer attraktiven Städterin aus der intakten Beziehung mit seiner ihm in reiner Liebe zugewandten Dorfschönheit ausbricht, am Schluß des Films zu ihr zurückkehrt und erkennt, daß sie es ist, die die ‚wahren Werte‘ (nämlich die passive, zum Leiden bereite Haltung) vertritt“ (Trimborn 1998: 103). Die dargestellten Konflikte lassen sich letztendlich leicht lösen. Eine schwerwiegende Bedrohung für die stabile, heile Welt des Dorfes war nie vorhanden. Gut siegt vor Böse. Das Happy End, das für den Heimatfilm ein absolutes Muss ist, wird damit besiegelt und alles ist wieder in seiner geregelten Ordnung.

Filme sind Ergebnisse der Gesellschaft und spiegeln das gesellschaftliche Gefühl und Probleme der jeweiligen Zeit wider. Und so nimmt auch der Heimatfilm der 50er Jahre Bezug auf real existierende Probleme seiner Zeit. Dies bedeutet nicht, dass dies wirklichkeitsgetreu geschieht. Denken wir nur an die Darstellung der unvollständigen Familien „Oftmals wird er [der Problembereich; Anm. R.E.] nur durch unterschwellige Motive und Handlungsnuancen angedeutet, bisweilen aber

oft auch ins Komische gezogen, um ihm so seine gesellschaftspolitische und soziokulturelle Brisanz zu nehmen, um die in der Realität existenten Probleme also innerhalb der Heimatfilmwelten zu entschärfen“ (Trimborn 1998: 105). Hier liegen auch die zentralen Kritikpunkte des Heimatfilms: Verdrängung und Eskapismus. „Eine ästhetisch schmerzfrei zugerichtete Fiktion schottet das Wirkliche so ab, dass die Fiktion zum Wirklichen wird“ (Frankfurter 1990: 341). Dadurch begünstigt der Heimatfilm eine eskapistische Funktion. Die dargestellte Idylle machte es den Zuschauern möglich vor dem Alltag zu fliehen, die Vergangenheit und die Gegenwart zu vergessen und in die fiktive Welt zu fliehen. Die Verdrängung der Vergangenheit wird auch durch die Wiederbesetzung von Schauspielern, die bereits in den NS- und austrofaschistischen Filmen gespielt hatten, in den Heimatfilmen, gefördert. „Die Entnazifizierung hatte sich gerade im Kulturbetrieb als problematisch erwiesen. Einerseits war Österreich schon durch die Moskauer Deklaration und nochmals durch die Unabhängigkeitserklärung vom 27. April 1945 verpflichtet, sich auch selbst der Nazis zu entledigen, andererseits wollte man insbesondere im kulturellen Bild Österreichs keine braunen Flecken sehen. [...] Egon Hilbert, ab Herbst 1945 Chef der Bundestheaterverwaltung, war der Meinung, dass es für die Nachkriegsgesellschaft wichtiger sei, die kulturellen Einrichtungen Österreichs wiederherzustellen als zu entnazifizieren“ (Ehs 2013: <http://diepresse.com/home/spectrum/zeichenderzeit/1334505/Innerlich-stets-austrophil>; Stand: 26.10.2014).

3.1.2. Historische Entwicklung des Heimatfilms

Der Heimatfilm hat seine Wurzeln in der Heimatliteratur. Diese wiederum entwickelte sich aus den Dorfgeschichten und Bauernromanen in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Es ging hierbei um die Idylle der bäuerlichen und/oder alpinen Welten. „Inhaltlich setzt sich dieses Genre kritisch mit der zunehmenden Verstädterung und Industrialisierung der modernen Gesellschaft auseinander. Der Heimatroman reiht sich in den Diskurs um die Schattenseiten der Modernisierung und der Zivilisationskrankheiten“ (Ploskov 2013: 33).

Einer der bekanntesten Vertreter des Heimatromans ist Ludwig Ganghofer (geboren 1855). Er verfasste 70 Romane, von denen etwa 30 verfilmt wurden. Zu

Ganghofer ist anzumerken, dass er neben seiner Literatur, auch Kriegsschriften und eine Staatsutopie⁵ verfasste. Diese kann als geistige Basis für seine Literatur gesehen werden und positioniert sich nahe der faschistischen Ideologie der Nationalsozialisten. „Ein hervorstechender Zug Ganghofers ist sein biologistisches Denken, ein Dasein als *edler* oder *minderwertiger* Mensch wird durch die Qualität des Blutes entschieden“ (Steiner 1987: 38). Ganghofer prägte die Hochlandgeschichten. Seine Romane spielten in den stark symbolträchtigen Bergen. Die Berge sind dabei einerseits als ein Ort abseits der Stadt und Modernisierung zu sehen, und andererseits als das was es ist: mächtige Naturlandschaft. Ludwig Ganghofer ist für den Heimatfilm von besonderer Bedeutung, weil, wie bereits erwähnt, einige seiner Romane die Vorlage für die Verfilmungen waren. Eine wichtige Rolle bei diesen Verfilmungen spielte Peter Ostermayr. Seine Filme gelten als die ersten Heimatfilme, damals noch Volksfilme genannt. Sie entstanden um 1918.

In den 1920er Jahren entstand das Genre des Bergfilms. Dokumentarische Naturaufnahmen standen dabei im Mittelpunkt. Die Ästhetik der Berge ist Fokus des Filmes, die Dramaturgie und Erzählung wird um die Landschaftsaufnahmen gesponnen. Diese Filme waren geprägt von neuen beeindruckenden Aufnahmen. Neben dem Begründer des Bergfilms Arnold Fanck, ist wohl Leni Riefenstahl die bekannteste Vertreterin dieses Genres. Das „eigentliche, immer wiederkehrende Thema ist der Mensch im heroischen Kampf mit der Natur“ (Steiner Daviau 2001: 306). Die starke Symbolik der Berge wurde auch von den Austrofaschisten sowie den Nationalsozialisten für ihre Propaganda genutzt.

Im Dritten Reich war der Film, neben anderen Medien wie Theater, Radio und Presse, ein beliebtes Mittel der Propaganda. Jedoch waren nicht alle Filme direkt mit politischem Inhalt gefüllt. Propagandaminister Joseph Goebbels beschloss, dass 80% der Filme zur Unterhaltung dienen sollten und frei von nationalsozialistischer Politik sein sollten. Nur die restlichen 20% sollten zur nationalen, politischen Erziehung dienen. Dies bedeutet aber nicht, dass

⁵ *Programm für den Staat der in Jugend Glückliche* wurde 1878 von Ganghofer entworfen und in seine Autobiographie 1911 übernommen. Der Staat wird darin als autoritäre Macht beschrieben, der den Einzelnen als Teil des staatlichen Kollektivs unterordnet.

Unterhaltungsfilme auch frei von Propaganda waren. Es wurde versucht, auf triviale Weise den Zusehern nationalsozialistische Symbole und Begriffe zu vermitteln und sie dadurch unbewusst zu beeinflussen. „Das Kino vermittelte gewisse Verhaltensregeln und war zugleich Vorbild für das reale Leben der Zuschauer. Die Unterhaltungsfilme im Nationalsozialismus erzogen auf diese Weise den Einzelnen zur Unterordnung und zum Aufschub der persönlichen Wünsche. Vor allem Frauen wurden zur Passivität und der Annahme des Rollenbildes als treu sorgendes Heimchen gedrängt. Weibliche Erotik und Sinnlichkeit wurden eingedämmt, der Krieg positiv umgedeutet und potenzielle Kritik durch Komik entkräftet“ (Greiner 2008: <http://www.spiegel.de/einestages/film-im-nationalsozialismus-a-947764.html>, Stand: 26.10.2014). Vor allem die sogenannten völkischen Heimatfilme wurden im Dritten Reich gefördert, da sie sich gut zur Vermittlung dieser „Werte“ eigneten. Die Thematik des Stadt-Land-Gegensatzes spielte in diesen Filmen eine zentrale Rolle (wie auch in den Heimatfilmen der 50er Jahre). Das Ländliche ist dabei stark mit Heimat und Wohlfühlen verbunden, die Stadt mit dem Fremden und Unbekannten. „Dem Motiv von Heimweh und Entwurzelung wird das propagandistisch überhöhte Motiv der Geborgenheit in der „(groß-)deutschen Volksgemeinschaft“, in der nationalpolitisch überhöhten HEIMAT, gegenübergestellt“ (Trimborn 1998: 141). Die Darstellung des Bauerntums ist dabei ein zentrales Moment. Hier werden deutsche Traditionen gelebt an denen man festhalten kann, an denen man sich orientieren kann und die einen vor dem Fremden beschützen. Und auch die Heim-ins-Reich-Politik, also die „Rückbringung“ von deutsch-ethnischen Volksgruppen (von den Nationalsozialisten als *Volksdeutsche* bezeichnet) ins deutsche Reichsgebiet, spielte eine zentrale Rolle in den Heimatfilmen des Nationalsozialismus. Diese Themen des Heimatfilms wurden nach 1945 in der Produktion und Rezeption dieser Filme nicht weiter genommen.

Die österreichische Filmproduktion nach 1945 war in sehr starker wirtschaftlicher Abhängigkeit von der Bundesrepublik Deutschland. „Österreich galt als Billigproduktionsland mit einer schönen Kulisse“ (Büttner 2007: 13). Auch die Tatsache der gemeinsamen Vergangenheit und der daraus entstehenden

Identitätsproblemen hat die Zusammenarbeit Österreichs und Deutschland in der Produktion von Heimatfilmen unterstützt.

Der Höhepunkt der Heimatfilmwelle lässt sich laut Jürgen Trimborn ziemlich genau auf die fünfziger Jahre beschränken. Der bundesdeutsche Film *Schwarzwaldmädel* von 1950 läutete den Boom ein und beendete damit gleichzeitig die Phase des Trümmerfilms⁶. Wenige Zeit vorher entstand der erste österreichische Farbfilm der Nachkriegszeit „Das Kind an der Donau“. „Der Heimatfilm soll [...] also ganz bewußt als ein Phänomen verstanden werden, das untrennbar mit der Zeitstimmung, dem Lebensgefühl und dem Selbstverständnis der fünfziger Jahre verbunden ist, und das aufgrund dessen auch auf sehr genaueste Weise in der Lage ist, Auskunft über die Zeit der fünfziger Jahre zu geben und somit einen wertvollen Beitrag dazu leisten kann, unser heutiges Verständnis von dieser Zeit zu ergänzen und zu komplettieren“ (Trimborn 1998: 21). Der Heimatfilm kann als ein wichtiges Zeitzeugnis gesehen werden. Dies äußert sich auch in der enormen Anzahl der Produktionen. Von 1951-1958 wurden alleine in der Bundesrepublik 240 neue Heimatfilme produziert (Quelle: Trimborn 1998: 20).

Die Heimatfilme der 50er Jahre sind ein deutsch-österreichisches Phänomen. Sie prägen bis heute das Bild von „Österreich, seiner Menschen, seiner Kultur, seiner Haltung und Landschaft“ (Frankfurter 1990: 337). Nirgendwo sonst gab es eine derartige Flut an Filmen, die die Heimat so intensiv in den Mittelpunkt stellten. Diese Hochblüte des Films brachte auch mit sich, dass die Darsteller der Filme zu Stars wurden. Immer wieder traten dieselben Schauspieler in den Filmen auf und wurden so für das Publikum Vertraute. Einer der wichtigsten österreichischen Vertreter des Heimatfilms ist der Regisseur Franz Antel⁷.

⁶ Es handelt sich hierbei um Filme, die unmittelbar nach dem Krieg bis zur Gründung der Bundesrepublik Deutschland entstanden. Sie setzten sich mit der unmittelbaren NS-Vergangenheit auseinander. Der Name Trümmerfilme entstand dadurch, dass die Filmkulissen, die Trümmer waren, die der Krieg hinterlassen hatte. Dadurch entstand auch eine einmalige Authentizität dieser Filme. Das Publikum wünschte sich Unterhaltung durch das Medium Film. Die Gegenwart war schwer genug, dies wollte das Publikum nicht auch noch auf der Leinwand sehen. Das Genre hatte somit keine lange Überlebensdauer. *Die Mörder sind unter uns* ist dabei einer der bekanntesten Vertreter des Genres und ist der erste deutsche Spielfilm der Nachkriegszeit. Die Trümmerfilme sind jedoch ein rein bundesdeutsches Phänomen. In Österreich gab es keine filmische Auseinandersetzung mit der unmittelbaren NS-Vergangenheit.

⁷ Franz Antel ist jedoch nicht nur in den 50er Jahren und mit Heimatfilmen erfolgreich. Er begleitet auch die Schlager- und Sexlustfilme der 60er und 70er Jahre und war bis kurz vor seinem Tod als Regisseur aktiv. Er führte bei mehr als 100 Filmen Regie.

Jürgen Trimborn unterteilt den Boom der Heimatfilme in den 50er Jahren in drei Phasen (vgl. Trimborn 1998: 27):

- 1) Frühphase (1950-1952): In dieser Zeit entstanden die genrekonstituierenden Filme, die maßgebend für das restliche Jahrzehnt waren. Sie setzten die Standards, an denen sich die weiteren Filme orientierten.
- 2) Hauptphase (1953-1956): Die in den ersten Jahren festgelegten Schemen des Genres wurden in dieser Phase versucht abzuwandeln, das heißt z.B. die Handlung des Films fokussierte sich auf Tier- und Naturaufnahmen oder die Geschichte wurde in eine andere Zeit verlegt.
- 3) Spätphase (1957-1959): Diese Phase ist von der Überzeichnung und der Selbstironisierung der Motive des Heimatfilms gekennzeichnet. Diese Phase kann als die Basis für den Anti-Heimatfilm gesehen werden⁸.

Die 1960er Jahre waren eine kritische Phase für die Filmindustrie, so auch für den Heimatfilm. Der Boom des klassischen Heimatfilms war Geschichte, es entstand ein neues Genre: der *Schlagerfilm*. Es handelt sich hierbei um Filme, die das musikalische Genre des Schlagers intensiv in ihre Handlung einbauen. Die Darsteller der Filme sind somit nicht nur als Schauspieler, sondern auch als Sänger bekannt. Diese Filme konnten jedoch nicht an den Erfolg der Heimatfilme anknüpfen. Das lag auch an der Konkurrenz, die sich durch das Massenmedium Fernsehen ergab, dass sich in den 60er Jahren durchsetzte. Neben dem Schlagerfilm entstanden auch der *Heimat-Sexfilm*. „In ihm ging es um die sexuelle Interaktion zwischen stereotypen Dörflern in Lederhosen und Dirndl und Städtern oder Italienern. Als Schauplatz der Filmhandlung dienten Heustadl, Felder, Misthäufen, Gasthäuser und Pensionen in Bayern, Tirol und Ostfriesland“ (Esterhammer 2008: 183).

8 Auch die Theater- und Kabarettsszene parodierte bereits 1956 den Heimatfilm. Helmut Qualtinger und Gerhard Bronner waren hierfür wichtige Vertreter, vor allem weil sich nicht nur Teil der Parodie, sondern auch der Heimatfilmszene waren. Dies bot die Möglichkeit das Genre analytisch und von innen heraus zu betrachten.

In den 1980er Jahren feierte der Heimatfilm ein Comeback. Dieses Comeback geht einher mit dem gesellschaftlichen Diskurs des Heimatbegriffs dieser Zeit (vgl. Kapitel 2.1.). Einerseits gab es da das Revival des klassischen Heimatfilms der 50er Jahre (die alten Heimatfilme wurden wieder im Fernsehen gezeigt, es entstanden Remakes und das alles sehr erfolgreich), andererseits wurden die bildsprachlichen und handlungsorientierten Motive dieser Filme aber auch in Neuproduktionen übernommen. So etwa in die Fernsehserie *Die Schwarzwaldklinik*, die ungemeine Erfolge feierte. „In den meisten europäischen Ländern [ließ] sich zu dieser Zeit ein Trend zur Aufwertung des Regionalen ausmachen“ (Stieber 2013: 78). Es wurden hier typische Motive des Heimatfilms mit Elementen anderer Genres vermischt. Typischerweise waren dies Filme oder Serien über bestimmte Berufsgruppen (*Forsthaus Falkenau*, *Der Bergdoktor*). Es entstanden aber auch Unterhaltungssendungen, die den Fokus auf volkstümliche Musik legten und bis heute im Fernsehen zu sehen sind (*Musikantenstadl* oder *Mei liabste Weis*).

3.2. Heimatfilm heute – der Anti-Heimatfilm

Neben dem eben erwähnten Comeback des klassischen Heimatfilms in den 1980er Jahren entstand in dieser Zeit auch eine neue Art an Filmen, die sich auf eine andere Weise der Motive des Heimatfilms bedienen.

Seit den 1970er Jahren entwickelte sich der Neue Österreichische Film. Es handelte sich um eine grundlegende neue Generation der Filmschaffenden. Viele Verfilmungen österreichischer Literatur entstanden (Arthur Schnitzlers *Das weite Land*, Peter Handkes *Die Angst des Tormanns beim Elfmeter*). Es entstanden aber auch Filme, die sich mit der eigenen Vergangenheit auseinandersetzen (*Der Fall Jägerstätter*) und Filme, die sich mit den damals aktuellen sozialen und gesellschaftlichen Problemen in Österreich beschäftigten (*Jesus von Ottakring*). Diese Entwicklungen, dieses Bemühen um Realität führt uns zu den Anfängen des Anti-Heimatfilms. Besonders erwähnenswert ist hierbei das sechsteilige Fernseh-drama *Die Alpensaga*, welches in den Jahren 1976 bis 1980 entstand. In den Mittelpunkt stellt es, getreu dem Heimatfilm, das Landleben. Der Blickwinkel wird jedoch verschoben. Die Idylle ist nicht mehr das Zentrum des Filmes. Der Fokus wechselt auf die Probleme des provinziellen Lebens zwischen 1900 und

1945. Die Sendung wurde von Bauern, konservativen Medien und der ÖVP scharf kritisiert. Wilhelm Pevny, Peter Turrini und Dieter Berner, die Macher dieser Fernsehreihe hatten laut eigenen Angaben mehrere Intentionen, diese Filme zu machen:

- „Geschichten von unten erzählen.
- Die Sehnsucht der Menschen nach einem anderen Leben spürbar machen.
- Zeigen, dass das Medium Fernsehen auch anspruchsvoll sein kann.“

(vgl. Pevny/Turrini/Berner Beiheft der DVD Alpensaga. zit. nach Stieber 2013: 77)

Spannend hierbei ist, dass ausgerechnet das Bauerntum, das im Nationalsozialismus eine wichtige symbolische Rolle in der Blut-und-Boden-Ideologie spielte, ins Zentrum der Geschichte gerückt wurde. Betrachtet man die Serie rückblickend aus heutiger Sicht, findet man natürlich auch hier einige Kritikpunkte am Aufbau, der Erzählweise und ähnlichem: „Dieses TV-Gebräu aus Krimi und Sozialreport hat der Wiener Regisseur Dieter Berner eindrucksvoll zu einem düstren, poetischen Volksstück veredelt. Doch kündigt die aufgethrillerte ‚Alpensaga‘ auch von einem fatalen Klischee-Trend im ambitionierten Heimatfilm: Von der Neigung, das Dorf zur Brutstätte dumpfer, archaischer Gewalt zu dämonisieren und das Schuhplattler-Personal oberbayrischer Schwankbühnen gegen triebhafte, stumpfe Hinterwäldler auszutauschen“ (Der Spiegel 1976: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-41119605.html>; Stand: 27.10.2014). Jedoch bleibt zu sagen, dass auch diese Serie, entsprechend dem Anti-Heimatfilm Genre, das Ziel hatte, sich mit der wiedererstehenden hohen gesellschaftlichen Bedeutung von Heimat und Heimatfilmen kritisch auseinanderzusetzen und somit „die eigene Tradition zu reflektieren und gleichzeitig die Popularität des Genres auszunutzen“ (Esterhammer 2008: 184).

Anti-Heimatfilme sind ein Subgenre des Heimatfilms bzw. ein aus dem Heimatfilm heraus entstandenes Genre, das sich mit seinen Vorgängern kritisch auseinandersetzt. Diese Filme bedeuten nicht das Ende der Heimatfilme, sondern eine Erweiterung. Nach wie vor bestehen Filme und Serien, die sich der

Elemente des klassischen Heimatfilms bedienen. Nach wie vor haben Wiederholungen von Heimatfilmen im Fernsehen eine hohe Zuschauerquote.

3.3. Die Entstehung des Anti-Heimatfilms

In Deutschland waren die ersten Anti-Heimatfilme bereits in den 1960ern zu sehen. Einer der ersten Pioniere war Rainer Maria Fassbinder. Er rekonstruierte, demontierte die Motive und setzte Elemente der Heimatfilme neu zusammen. Fassbinder wurde 1945 geboren. Er wuchs in den 1950er Jahren auf. Mit dem direkten Bezug zu dieser Zeit, ist es ihm möglich einen neuen, einen anderen Blick auf diese Zeit zu werfen. Fassbinder wandelte das Motiv der Heimat und auch jenes der Fremde in seinen Filmen um. Seinen Fokus legt er nicht länger auf die ländliche Umgebung, sondern auf die räumliche Auseinandersetzung mit der Stadt. „Alle Charakteristika, die der Heimatfilm der Stadt pejorativ zuschreibt und diegetisch verdrängt, sind in Fassbinders Filmen Basis der erzählten Geschichten: Verquickung libidinösen Begehrens und ökonomischen Kalküls, Prostitution, Politik, ‚Wiederaufbau‘, Wirtschaft (Ökonomie), Kriminalität, Industrie, Arbeit die entlohnt wird, Drogen, nicht funktionierende Ehen und Familien, nicht eheliche Sexualität, Absenz ‚echter‘ Liebe, NS-Vergangenheit“ (Krah/Wiesel 2000: 163 f.). Die kritischen Volksstücke des 20. Jahrhunderts (und späten 19. Jahrhundert) vertreten durch beispielsweise Ödön von Horvath oder Ludwig Anzengruber dienen ihm dazu als Vorlagen und Vorbilder.

In Österreich entstanden die ersten Anti-Heimatfilme in den 1980er Jahren⁹. Auch diese Filme wandelten die klassischen Heimatfilmmotive um. Ein wesentliches zusätzliches Element der österreichischen Anti-Heimatfilme ist das des kollektiven Verdrängens und des Schweigens.

Wichtige Vertreter der Anfänge dieses Genres sind u.a. Reinhard Schwabenitzky (*Ilona und Kurti*), Wolfram Paulus (*Die Ministranten*, *Heidenlöcher*), Niki List (*Helden in Tirol*). Es entstanden viele Verfilmungen der sogenannten Anti-Heimatliteratur (vgl. Kapitel 3.5.). So wurde beispielsweise Franz Innerhofers

⁹ Die verhältnismäßig späte Produktion dieses Genres kann mit dem neuen österreichischen Filmförderungsgesetz von 1980 in Zusammenhang stehen. Durch dieses wurden Österreichische Filme im Rahmen des Österreichischen Filmförderungsfonds finanziell unterstützt.

Roman *Schöne Tage* 1982 oder Gernot Wolfgrubers *Herrenjahre* 1983 verfilmt. Die Tradition der Literaturverfilmungen setzt sich bis heute fort.

Die Anti-Heimatfilme des Anfangs sind kommerziell nicht sonderlich erfolgreich, erregen aber trotzdem viel Aufsehen bei den Rezipienten und Medien in Form von Protesten und Kritiken. „Gegen Turrinis Fernsehserie *Alpensaga* [...] protestiere der Bauernbund vehement [...]. Für die Verfilmung *Schöne Tage* (1982) wurde der Autor der Buchvorlage, Franz Innerhofer, beschimpft, obwohl er nicht Auftraggeber der Verfilmung war. [...] Empörung verursachte auch der Film *Die Walsche* (1986) nach Joseph Zoderers gleichnamigen Roman. Der Autor wurde für den Film von der Deutschsüdtiroler Bevölkerung in den Leserbriefspalten der Tageszeitung *Dolomiten* als Nestbeschmutzer¹⁰ beschimpft [...]. Felix Mitterers *Piefke-Saga* (1990) beschäftigte das in- und ausländische Feuilleton“ (Esterhammer 2008: 187). „Hauptkritikpunkt an den neuen Heimatfilmen war die anti-heimatliche Stimmung die er verbreitete und die sich gegen spezielle Bevölkerungsteile richtete, die sich dem entgegensetzen“ (Ploskov 2003: 39).

Die Macher der kritischen Heimatfilme setzten auf unterschiedliche Methoden der Darstellung von Heimat. Neben der düster-kritischen Umsetzung, etablierte sich auch die unterhaltsame, satirische, komödiantische Darbietung. „Zu den kritischen Heimatfilmen am Anfang dieser Entwicklung, die aufdecken, aufwecken, erziehen wollten, sind inzwischen moderne Heimatfilme dazugekommen, die neben einer herkömmlichen Dosis Kritik vor allem Unterhaltung bieten“ (Esterhammer 2008: 189). Das Moment der Unterhaltung bietet ein breites Spektrum von komödiantischen, ironischen bis hin zu bissig satirischen Elementen. Und durch diese Erweiterung wurden die Filme (Bsp. *Die Siebtelbauern* (1998) oder *Ich gelobe* (1994)) nun auch kommerziell erfolgreich. Eine der erfolgreichsten Werke dieser Sparte ist die *Piefke-Saga*. Das Verhältnis zwischen Deutschen und Österreichern wird darin sarkastisch beschrieben. Die Auseinandersetzung mit der Heimat driftet ins Absurde ab. Humor ist dabei auch

¹⁰ Eine Bezeichnung, die vor allem seit den 1980er Jahren für die Schriftsteller Thomas Bernhard und Elfriede Jelinek verwendet wurde. Der Duden definiert Nestbeschmutzer als Personen, die „abwertend über die eigene Familie oder die Gemeinschaft, in der man lebt, sprechen.“ (Drosdowski/Scholze-Stubenrecht 1992: 515)

als ein Mittel zur Kritik zu verstehen. Sei es nun im Sinne von Sarkasmus, also als beißender Spott, oder Ironie, als Aussage, die das Gegenteilige meint und dadurch verstärkend wirkt oder auch durch Absurdität.

3.4. Motive des Anti-Heimatfilms

Der Anti-Heimatfilm setzt auf jene Motive, die sich bereits im Heimatfilm finden. Dort jedoch oft im Hintergrund behandelt werden. Der Anti-Heimatfilm kehrt diese in den Vordergrund und macht sie so zu handlungstragenden Elementen. Motive, die im Vordergrund des Heimatfilms stehen, werden wiederum in den Hintergrund des Anti-Heimatfilms gerückt. So ist beispielsweise eine Liebesgeschichte, die im Heimatfilm handlungstragend ist, eine im Anti-Heimatfilm erzählte hintergründige Geschichte. Andererseits werden verklärte und kitschig-dargestellte Motive, wie die Familie oder die Kirche, in ein anderes Licht gerückt. Die kulissenhafte Idylle wird durch authentische Bilder ersetzt (vgl. Strasser 2004: 80). Motive und Rollen des Anti-Heimatfilms sind weniger homogen und stereotyp als im Heimatfilm. Sie werden breiter und ebenfalls authentischer dargestellt. Auch die visuelle und erzählerische Darstellung verändert sich. Sie wird radikaler und brüchiger. Eine lineare Erzählung ist nicht mehr unbedingt notwendig. „Eine beträchtliche Errungenschaft des kritischen Heimatfilms ist, dass er die Arbeitsweise des Heimatfilms [...] aufdeckt und somit sowohl einer [sic!] wissenschaftlichen Diskurs als auch dem modernen Heimatfilm¹¹ zugänglich macht“ (Ploskov 2013: 40).

Ruth Esterhammer definiert in ihrem Aufsatz über den Heimatfilm in Österreich¹² einige Motive des Anti-Heimatfilms:

1. „Kritische Darstellung der gesellschaftlichen Strukturen in der Provinz und der sich daraus ergebenden Probleme und Auswirkungen.

¹¹ Ploskov unterscheidet in ihrer Arbeit zwischen kritischem und modernem Heimatfilm. vgl. Esterhammer 2008: 189) Diese Unterscheidung wird in der vorliegenden Arbeit nicht getroffen. Sowohl der kritische, als auch der moderne Heimatfilm wird in dieser Arbeit als Anti-Heimatfilm bezeichnet, da diese Unterscheidung bei der untersuchten Fragestellung nicht erforderlich ist.

¹² Esterhammer 2008, vgl. Literaturverzeichnis

2. Vorführung moralischer Werte und Kritik an der Kirche als normsetzender Instanz; kritische Auseinandersetzung mit dem Phänomen Religiosität und ihren Folgen.
3. Aufzeigen zwischenmenschlicher, durch Gefühlsarmut, Sprachlosigkeit und Gewalt geprägter Beziehungen.
4. Thematisierung von Gewalt in der Familie, Gewalt nach außen (in Form von Schlägereien), Kriminalität und Alkoholismus.
5. Sichtbarmachen von Sexualität, auch in der abgründigen bzw. „normwidrigen“ Form (Gewalt, Homosexualität, voreheliche Beziehungen), und ihren Folgen.
6. Thematisierung von Behinderung, insbesondere Diskriminierung von Behinderten.
7. Darstellung des harten Arbeitsalltags und sozialer Probleme auf dem Land, wie z.B. Gefährdung des Bauerntums, Abwanderung und Arbeitslosigkeit als Folgen der Industrialisierung und Globalisierung, Armut, Tourismus als Ersatzerwerbsquelle mit allen Negativfolgen wie Beschränkung des dörflichen Lebensraums, Umweltbelastung, Förderung und Verbreitung falschen Brauchtums und verfälschter Architektur.
8. Aufarbeitung der Vergangenheit.“

(Esterhammer 2008: 185)

Es wird schnell deutlich, dass es sich hier nicht um grundlegend andere Motive als die des Heimatfilms handelt. Die Elemente des Heimatfilms Familie, Landschaft, Liebe spielen auch im Anti-Heimatfilm eine Rolle. Die idealtypische und idyllische Darstellung dieser steht jedoch nicht mehr im Vordergrund. Die wesentlichen Unterschiede zwischen dem Anti-Heimatfilm und dem Heimatfilm sind:

- Im Anti-Heimatfilm wirkt die Familie oft beengend und bedrückend. Sie ist ein Konstrukt, dem man nicht entkommt, dem man ausgeliefert ist. Im Heimatfilm hingegen ist sie der Ort der Sicherheit. Der Ort, an dem jeder seinen ihm zustehenden Platz hat. Die Familie ist ein soziales Gefüge, das oberste Priorität hat.

- Im Anti-Heimatfilm ist das Land/das Dorf nicht mehr Ort der Geborgenheit, sondern ein Ort menschlicher Abgründe, der voller Probleme und Intrigen ist. Ähnlich der Familie, kann es ein „Gefängnis“ für den Protagonisten sein. Im Heimatfilm hat das Dorf eine ähnliche Funktion wie die Familie. Sie ist der Ort der Sozialisation. Es herrschen klare Regeln, die eingehalten und von jedem akzeptiert werden. Die Hierarchie des Dorfes wird nicht in Frage gestellt.
- Im Anti-Heimatfilm kann die Natur auch bedrohlich sein und eine Gefahr für den Menschen darstellen. Im Heimatfilm ist sie stets ein idyllischer Ort der Ruhe und Entspannung. Der Mensch ist emotional mit ihr verbunden.
- Im Anti-Heimatfilm wird die Liebe nicht in ihrer „reinen Art“ und Unendlichkeit dargestellt, sondern sie ist etwas das enden kann. Etwas, das – ähnlich der Familie – einengend wirken kann. Sexualität ist Teil der Handlung und wird dargestellt. Dies ist für den Heimatfilm ein Tabu. Liebe bedeutet im Heimatfilm ewige Treue. Sexualität wird ausgespart.

„Den Filmemachern [geht] es [...] um Distanz zum und (scheinbare) Objektivierung des Dargestellten sowie Wahrung der Authentizität. Ein Mittel um kritische Distanz zu erreichen, ist die Satire [...]. Kritische Distanz kann auch mit der Einführung eines Kommentators, der sich zwischen ZuschauerInnen und Geschehen schaltet, erreicht werden. [...] Mit ihm erhält die Verfilmung gleichzeitig einen dokumentarischen Anschein. Dieser Eindruck kann auch durch den Einsatz von Montagetechnik erzielt werden, mit der gleichzeitig Distanz geschaffen wird. Um die Authentizität zu erhöhen, wird nicht mehr im Studio, sondern an Originalschauplätzen gedreht, und statt Publikumslieblingen werden LaienschauspielerInnen verpflichtet.“
(Esterhammer 2008: 186)

Die Trivialität der Heimatfilme wird im Anti-Heimatfilm durchbrochen. Es gibt komplexere Handlungsstränge, die keiner strikten Linearität folgen müssen. Das im Heimatfilm zwingende Happy End kommt im Anti-Heimatfilm nicht vor. Vielmehr ist das Ende meist ein tragisches oder offenes.

Konflikte sind im Anti-Heimatfilm, wie auch im Heimatfilm, von zentraler Bedeutung. Die Lösung des Konflikts steht jedoch beim Anti-Heimatfilm im Gegensatz zum Heimatfilm nicht im Fokus. Es geht um das Problem an sich und um die Konsequenzen die es mit sich bringt.

Im Folgenden werden die bereits erwähnten Motive des Anti-Heimatfilms von Esterhammer detaillierter betrachtet und mit dem Heimatfilm verglichen.

1) Kritische Darstellung der gesellschaftlichen Strukturen in der Provinz und der sich daraus ergebenden Probleme und Auswirkungen

Das Land/das Dorf ist sowohl im Heimatfilm als auch im Anti-Heimatfilm oft zentrales Thema. Im Heimatfilm bieten das Land und seine Bewohner den notwendigen Halt. Die Stadt hingegen ist ein orientierungsloser Ort. Beim Anti-Heimatfilm verhält es sich hier anders: Das Land ist nicht mehr positiv besetzt. Hier entstehen und hier gibt es soziale Probleme. Die Hierarchie des Dorfes wirkt beängstigend und einschüchternd. Die Machthaber nutzen ihre Position aus und unterdrücken die Schwächeren. Das Dorf wirkt beengend, es gibt nur schwer ein Entkommen. In *Das finstere Tal* (2014) geht die Herrschaft einer Familie über die Dorfbevölkerung gar so weit, dass sie in jeder Familie mindestens einen Nachkommen haben. Diese Nachkommen wurden oft durch Vergewaltigungen gesichert. Die Bewohner des Dorfes werden vollkommen unterdrückt und werden wie Sklaven der Herrscherfamilie behandelt. Menschen, die nicht folgen, werden gefoltert, vertrieben oder getötet.

2) Vorführung moralischer Werte und Kritik an der Kirche als normsetzender Instanz; kritische Auseinandersetzung mit dem Phänomen Religiosität und ihren Folgen

Die Kirche ist im klassischen Heimatfilm ein Ort der Orientierung und der sozialen Begegnung. Sie ist eine Art erweiterte Familie. Kritik an der Kirche ist verpönt. Religion ist ein fest tradiert gesellschaftlicher Wert oberster Priorität. Ganz im Gegensatz zum Anti-Heimatfilm. Die Struktur und Macht der Kirche wird auch im Anti-Heimatfilm behandelt, aber kritisiert in dem er bspw. die negativen Folgen darstellt. Die Kirche ist, ähnlich der Dorfstruktur, ein Ort des Verschweigens und des Verstoßens. Wer sich nicht anpasst, wird aus der Gemeinschaft gestoßen. Die Kirche ist ein Ort, der beengend wirkt. Die Priester sind aufgrund ihrer Unantastbarkeit mächtig und auch sie nutzen diese Position aus. Die Kirche kann

auch ein Ort der Kriminalität sein, wie etwa in *Silentium* (2000). Hier werden Zwangsprostituierte als Nonnen getarnt. Der Pater eines Klosters vermittelt diese an Freier. Die Polizei sieht bei den kriminellen Handlungen einfach weg, um so einen Skandal zu vermeiden.

3) Aufzeigen zwischenmenschlicher, durch Gefühlsarmut, Sprachlosigkeit und Gewalt geprägter Beziehungen

Auch Liebe ist im Anti-Heimattfilm sowie im Heimatfilm zentrales Thema. Die Liebe im Heimatfilm geschieht immer zwischen Mann und Frau. Sie hält für ewig und ist das oberste Ziel. Bis zur Erfüllung dieser Liebe gibt es im Heimatfilm oft Verwechslungen oder Missverständnisse, die sich aber rasch wieder auflösen und somit den Weg zum Happy End ebnen. Ganz so trivial verhält es sich im Anti-Heimattfilm nicht. Die „Liebesgeschichten sind nicht mehr haupthandlungstragend“ (Esterhammer 2008: 186). Vielmehr geht es um Probleme, die in Beziehungen bestehen. Es geht um Nicht-Verständnis, um Gleichgültigkeit der Partner und um Hass. Es geht um Beziehungen, die das Leben erschweren, die Angst verbreiten und ein ungleiches Machtverhältnis haben. Dieses ungleiche Machtverhältnis ist auch in den Heimatfilmen zu beobachten: Der Mann steht über der Frau. Diese hierarchische Konstellation stellt im Heimatfilm jedoch kein Problem dar. Sie wird akzeptiert, da die Frau gerne für den Mann sorgt und sich im unterordnet. Der Anti-Heimattfilm jedoch befasst sich mit ungleichen Machtverhältnissen und zeigt die daraus entstehenden negativen Konsequenzen. Er zeigt aber auch auf, dass Liebe komplexer sein kann, als dies im Heimatfilm gezeigt wird. Der Film *Hundstage* von Ulrich Seidl (2001) erzählt Beziehungsgeschichten. Einerseits gibt es da das Paar Klaudia und Mario. Mario ist eifersüchtig und prügelt sich. Für sein Verhalten macht er seine Freundin verantwortlich und schlägt auch sie. Dann gibt es den Witwer Walter. Am Tag seines 50. Hochzeitstages wünscht er sich von seiner Haushälterin, dass sie in die Kleidung seiner verstorbenen Frau schlüpft und ihm einen Schweinsbraten kocht. Sie tut es und strippt anschließend vor ihm. Und dann gibt es noch ein ehemaliges Ehepaar, das aber noch immer im selben Haus wohnt. Die Tochter ist bei einem Verkehrsunfall gestorben. Die beiden Eheleute sprechen seitdem nicht miteinander. Sie provozieren sich aber durch

Handlungen. Die Beziehungen sind beklemmend. Sie sind schmerzhaft, gefährlich und von Gewalt geprägt.

4) Thematisierung von Gewalt in der Familie, Gewalt nach außen (in Form von Schlägereien), Kriminalität und Alkoholismus

Familie ist im Heimatfilm eines der obersten zu erreichenden Ziele. Die Familie ist ein Ort des Wohlbefindens. Gewalt, Kriminalität und Alkoholismus kommt dort im Heimatfilm nicht vor, denn es geht um „gute“ Werte, die unbedingt einzuhalten sind. Zwar wird auch im Heimatfilm einmal ein gemeinsames Glas Bier, Wein oder Schnaps getrunken, dieses dient aber zur Stärkung der sozialen Kontakte und wird eher nebenbei getrunken. Der Alkohol spielt keine handlungsgebende Rolle. Im Anti-Heimatfilm sind Alkohol und Gewalt oft miteinander verknüpft. Der übermäßige Alkoholkonsum veranlasst die Protagonisten gewalttätig und aggressiv zu werden. Alkohol kann das Leben der Menschen zerstören oder zumindest beeinflussen. Auch die Zwanghaftigkeit des Trinkens, also Alkoholismus und seine Konsequenzen wird im Anti-Heimatfilm thematisiert. Sieht man sich bspw. die satirische Serie *Ein echter Wiener geht nicht unter* (1975-1979) an, kommt hier dem Alkohol eine sehr hohe Bedeutung zu. Das Bier ist der wichtigste Bestandteil der darin dargestellten sozialen Beziehungen (Familie und Freunde). Der Alkohol führt zu einigen lustigen Szenen, aber auch zu erschreckenden. Mundl trinkt ständig Bier und wird nach fortgeschrittenem Bierkonsum immer lauter und aggressiver. Der Hausmeister und Wachmann Kurt Blahovec hat ein offensichtliches Alkoholproblem, dass ihm im Laufe der Serie seinen Job, wie auch seine Frau kostet.

5) Sichtbarmachen von Sexualität, auch in der abgründigen bzw. „normwidrigen“ Form (Gewalt, Homosexualität, voreheliche Beziehungen), und ihren Folgen

Der große Unterschied im Bereich der Darstellung von Sexualität zwischen Heimatfilm und Anti-Heimatfilm ist wohl jener, dass der Heimatfilm Sexualität komplett ausspart. Sie wird weder thematisiert noch dargestellt. Einzig und allein die „wahre emotionale Liebe“ ist das zentrale Thema. Und diese nur zwischen

Mann und Frau ungefähr des gleichen Alters. Ganz im Gegenteil zum Anti-Heimatfilm. Sexualität ist Thema der Filme und das nicht nur im Sinne der im Heimatfilm dargestellten „Normliebe“. So thematisiert Ulrich Seidl in seinem Film *Im Keller* (2014) die Sadomaso-Szene und erzählt unter anderem von einem Sadomaso-Sklaven und seiner Herrin. Die Serie *Braunschlag* thematisiert wiederum die Sexualität eines Priesters. Dieser verliebt sich in eine Magd und hadert nun mit der Entscheidung zwischen der Hingabe zu seiner Liebe oder seinem Beruf.

6) Thematisierung von Behinderung, insbesondere Diskriminierung von Behinderten

Sofern Behinderung eines Menschen im Heimatfilm überhaupt thematisiert wird, stellt sie sich wie folgt dar: der Mensch mit der Behinderung ist fest in die Familie integriert. Über ihn legt sich eine schützende Hand. Jedoch empfindet er sich selbst als Belastung für die anderen. Die Darstellung von Menschen mit Behinderung im Anti-Heimatfilm passiert auf eine andere Art. Einerseits wird auch die Diskriminierung und Ausnützung der Machtposition von nicht behinderten Menschen gegenüber behinderten dargestellt. So z.B. in den in dieser Arbeit untersuchten Film *Paradies: Glaube*. Anna Marias Ehemann ist querschnittsgelähmt und sitzt im Rollstuhl. Um ihren Ehemann zu bestrafen, nimmt Anna Maria ihrem Mann den Rollstuhl weg. Dieser muss sich fortan auf dem Boden liegend allein mit der Kraft seiner Arme fortbewegen. Andererseits werden aber auch alltägliche Probleme und Schwierigkeiten, die sich durch Behinderungen ergeben thematisiert.

7) Darstellung des harten Arbeitsalltags und sozialer Probleme auf dem Land, wie z.B. Gefährdung des Bauerntums, Abwanderung und Arbeitslosigkeit als Folgen der Industrialisierung und Globalisierung, Armut, Tourismus als Ersatzerwerbsquelle mit allen Negativfolgen wie Beschränkung des dörflichen Lebensraums, Umweltbelastung, Förderung und Verbreitung falschen Brauchtums und verfälschter Architektur

Der Heimatfilm der 50er Jahre war auch mitverantwortlich für die Wiedererlangung Österreichs als Tourismusort. Österreich hat sich darin von seiner besten Seite gezeigt und die landschaftlichen Vorteile und Schönheiten in den Vordergrund gestellt. Der Anti-Heimatfilm hingegen möchte die Idylle des Landes und die „Klischees der traditionellen Dorf- und Ländlichkeitsromantik drastisch [...] [demontieren]. Das Land als locus amoenus, als ‚Wunschbild‘ wird vom ‚Schreckbild‘ Land abgelöst“ (Peinbauer 2007: 23). Im Anti-Heimatfilm ist „die Natur [...] nicht mehr die Idylle, sondern wird als Arbeitsplatz oder Tourismuskapital angesehen. Selbst als letzteres ist sie nicht mehr pittoreske Kulisse, sondern hat auch hässliche Seiten.“ (Esterhammer 2008: 186).

8) Aufarbeitung der Vergangenheit

Wie schon erwähnt, war die Verarbeitung der jüngsten Vergangenheit in den 1950er Jahren nicht publikumswirksam. Filme, die diese thematisierten, waren kommerziell nicht erfolgreich. Die klassischen Heimatfilme sparten sie somit aus. Sie konzentrierten sich auf die Darstellung von Schönerem und verdrängten die Aufarbeitung der eigenen Vergangenheit. Dies war auch in der Wahl der Handlungsorte zu erkennen, denn „der historische Ort des Heimatfilms ist eine fiktive Synthese der Vor- und Nachkriegszeit. Dieses Gebilde erklärt sich aus dem Wunsch, nach dem Zweiten Weltkrieg an eine Vergangenheit anzuschließen, die den Nationalsozialismus auslöst. In jüngsten Produktionen wird dieses statische Gebilde jedoch aufgebrochen und sowohl der geographischen wie auch der zeitlichen Einordnung eine wesentlich breitere Dimension geboten“ (Ploskov 2013: 31).

3.4.1. Zusammenfassung

Die eben aufgezählten Motive sind in ihrer Erscheinung und Intensität variabel. Ein Anti-Heimatfilm muss nicht alle Motive aufweisen. Die verwendeten Motive können unterschiedlich intensiv und vermischt auftreten. Die Grenzen der Motive sind fließend.

Ergänzend zu diesen Motiven reflektiert der Anti-Heimatfilm auch das Genre des Heimatfilms kritisch. „Kritische Heimatfilme operieren damit, die

Erwartungshaltung des Heimatfilm-Publikums zu brechen: Sie sind nicht mehr einfach gestrickt, sondern weisen statt des linearen Erzählstranges klassischer Heimatfilme Vor- und Rückblenden und statt eines Happy-Ends ein pessimistisches oder offenes Ende auf; Elemente der Verwechslungskomödie oder des Schwanks werden nicht mehr genutzt; feste inhaltliche Ingredienzen, die die Ausstattung der klassischen Heimatfilme wesentlich beeinflussten, wie Feste, Trachten und volkstümliche Musik, kommen entweder gar nicht mehr vor, oder nur als Mittel, um Kritik zu transportieren, Satire festzumachen oder bestenfalls Realitätsnähe zu demonstrieren“ (Esterhammer 2008: 186).

3.5. Exkurs: Anti-Heimatliteratur

Die Anti-Heimatliteratur spielte eine Rolle bei der Entstehung des Anti-Heimatfilms. Einerseits, weil sie Vorlage für einige Anti-Heimatfilme war bzw. ist, andererseits, weil sie schon etwas länger existiert. Daher wird in diesem Kapitel kurz auf dieses literarische Genre eingegangen. Die Definition der Anti-Heimatliteratur von Jürgen Koppensteiner lautet:

Als Anti-Heimatliteratur ist jene Heimatliteratur zu verstehen, in der man zwar wohl die Gestalten und Requisiten der traditionellen, oft sentimental-kitschigen Heimatliteratur findet, also Bauern, Knechte und Mägde, den Bauernhof, das abgelegene Tal, Berge, Bäche, den Wald usw., die aber keine Heimatbezüge im traditionellen Sinn aufweist. Es geht also nicht um die Liebe zur Heimat, um die Harmonie des ländlichen Lebens, um Brauchtum oder um Abwehr einer feindlichen, meist städtischen Gegenwelt. Anti-Heimatliteratur will vielmehr negative Zustände in der Heimat, im ländlich-bäuerlichen Milieu aufdecken. Sie richtet sich dabei keineswegs gegen Heimat; sie setzt nur einen anderen Heimatbegriff voraus.
(Koppensteiner 1981: 10)

Robert Menasse bezeichnet in seinem Essay „Das Land ohne Eigenschaften“ Anti-Heimatliteratur als die „wichtigste, die dominante Form der Literatur in der Zweiten Republik“ (Menasse 1993: 101) und als österreichisches Spezifikum¹³. Es ist ein deutlicher Unterschied in der literarischen Verarbeitung des Begriffs Heimat in der deutschen und in der österreichischen zu sehen. Während deutsche Autoren das Thema Heimat eher nostalgisch bearbeiteten, wurden in Österreich kritische, beinahe von Abscheu bestimmte Auseinandersetzungen

¹³ Dies gilt nicht für den Anti-Heimatfilm, wie in Kapitel 3.3. ausgeführt wurde, denn auch in Deutschland entstehen Filme dieses Genres.

deutlich. Thomas Bernhard und Elfriede Jelinek sind wohl die bekanntesten Vertreter. Diese kritische Auseinandersetzung mit der eigenen Heimat stieß auf viele Gegner. Die eben Genannten wurden zu *Nestbeschmutzern*. Die Uraufführung von Thomas Bernhards *Heldenplatz* im Wiener Burgtheater am 4. November 1988 wurde zu einem riesigen Skandal.

Konsequent und detailliert wird in der Anti-Heimatliteratur das Regionale, die verlogene Idylle, mörderische Klischees, die Zerstörung der „Heimat“ und damit einhergehend, die Zerstörung der dort lebenden Menschen beschrieben. Es geht um mörderische Komplizenschaft und Totschweigen. Hans Lebert nennt in seinem Roman „Wolfshaut“ den Schauplatz, ein Dorf, bezeichnend „Schweigen“. „Es ist gewiß kein Zufall, daß in Österreich mit der sogenannten ‚Anti-Heimat-Literatur‘ eine im internationalen Vergleich völlig eigenständige, neue literarische Gattung entstanden ist: Österreich ist die Anti-Heimat par excellence“ (Menasse 1993: 100). Der Unterschied zur Weltliteratur, in denen dieselben Elemente, d.h. „realistische Beschreibungen des dörflichen und ländlichen Lebens in bestimmten Regionen, abseits trivialer Klischees und verlogener Idyllen“ (Menasse 1993: 101) verwendet werden ist, dass abgesehen von Anti-Heimat „ein nicht nur realistisches, sondern am Ende auch wesentlich [...] positives Bild der beschriebenen Heimat evoziert. In der österreichischen Literatur ist es aber so, daß jede Destruktion von Klischees und Idyllen sofort zur völligen Destruktion jeglichen positiv besetzten Heimatgefühls führt“ (Menasse 1993: 101f.).

Diese Sichtweise ist ex aequo auf Anti-Heimatfilme umzulegen. Auch sie bleiben den Schauplätzen und Motiven des Heimatfilms treu, zeigen diese aber in verklärenden und beklemmenden Inhalten.

4. Der Film

„Noch nie habe ich im Kino
so geradewegs in die Hölle geschaut.“
(Werner Herzog über
Ulrich Seidls „Tierische Liebe“)

Bevor ich im Folgenden näher auf die in der Untersuchung gezeigten Filme eingehe, möchte ich einige Worte über den Regisseur Ulrich Seidl verlieren.

Ulrich Seidl ist ein österreichischer Regisseur, Produzent und Drehbuchautor. Seine Filme werfen immer einen extremen Blick auf das menschliche Dasein. Sie kehren Dinge hervor, die oft im Verborgenen und Geheimen passieren. Die deutsche Haltenzer Zeitung bezeichnet Ulrich Seidl als „beißend sarkastischen Moralist, dessen Filme nur ein Thema kennen: die Misere des Menschen, seine Instrumentalisierung nach Kosten und Nutzen, seine bemitleidenswerten Versuche, sich zu trösten“ (Brinkmann 2013: <http://www.haltenerzeitung.de/leben-und-erleben/kultur-region/Im-Kino-Seidls-Paradies-Hoffnung;art1541,2007745>, Stand: 09.10.2014). Ulrich Seidl hat Dokumentarfilme (*Models* von 1988, *Good News – Von Kolporteursen, toten Hunden und anderen Wienern* von 1990, *Tierische Liebe* von 1995, etc.), aber auch Spielfilme (*Import Export* von 2007, *Hundstage* von 2001, *Im Keller* von 2014, etc.) die sich oft durch einen dokumentarischen Charakter auszeichnen, gemacht. Er arbeitet auf Basis einer ganz bestimmten Methode:

- 1) „Die Arbeitsmethode heißt: Spielfilmszenen in einem dokumentarischen Umfeld zu drehen, damit Momente aus der Wirklichkeit, das Überraschende, das Nichtgeplante sich mit fiktiven Szenen verbinden zu können.
- 2) Es gibt kein Drehbuch im traditionellen Sinn. Das Drehbuch besteht aus sehr präzise beschriebenen Szenen, die aber keine Dialoge beinhalten. Das Drehbuch wird im Laufe der Dreharbeiten immer wieder verändert und weitergeschrieben. [...]
- 3) Die Darsteller bestehen aus Schauspielern und Nichtschauspielern. Für die Besetzung wird gleichermaßen unter Laien und Profis gesucht.
- 4) Es gibt für die Schauspieler kein Drehbuch am Set.
- 5) Szenen und Dialoge werden mit den Darstellern improvisiert.
- 6) Es wird chronologisch gedreht, womit man die Möglichkeit schafft, Szenen und Handlungsstränge aufbauend und fortlaufend zu entwickeln. Das Ende ist offen.
- 7) Es wird an Originalschauplätzen gedreht.
- 8) Es gibt nur Musik, wenn sie als inhaltlicher Bestandteil einer Szene vorkommt.

- 9) Die „offene Arbeitsweise“ gilt auch für den Schnitt. Das gedrehte Material wird am Schneidetisch reduziert und bewertet. Man schreibt am Schneidetisch den Film neu. [...] Im Fall von „PARADIES“ wurden so aus einem geplanten Film drei einzelne Filme, von denen jeder für sich steht, aber darüber hinaus als Trilogie zu sehen ist.
- 10) Abgesehen von den Spielfilmszenen werden auch sogenannte Seidl-Tableaus gedreht, in denen Menschen in strenger Kadranz in die Kamera schauen.“

(<http://www.paradies-trilogie.at/blog/detail/die-ulrich-seidl-methode/> , Stand: 09.10.2014)

Ulrich Seidl ist extrem in seinen Darstellungen. Seine Dokumentationen und Spielfilme werfen einen bitterbösen Blick auf Österreich und seine Bewohner. Die Grenze zwischen fiktiver und faktualer Darstellung verschwimmt bei Ulrich Seidls Spielfilmen. Einerseits durch die dokumentarische Darstellung, andererseits aber auch durch die realen Elemente, wie etwa Laiendarsteller, die bspw. ihren wahren Beruf in der Rolle darstellen.

4.1. Paradies: Liebe, Glaube, Hoffnung

2012 kam die Paradies-Trilogie von Ulrich Seidl in die Kinos. Aus einem ursprünglich geplanten einzelnen Film wurden erst im Schnitt drei einzelne Filme (Paradies: Liebe, Paradies: Glaube, Paradies: Hoffnung). Die Filme sind inhaltlich miteinander verwoben, jedoch nicht aufeinander aufbauend. Jeder Film steht somit auch einzeln für sich.

Die Hauptdarstellerinnen sind miteinander verwandt. Jede Frau verbringt in „ihrem“ Film ihren Urlaub auf unterschiedlichste Weise. Einerseits gibt es da die Sextouristin in Kenia, ihre Schwester begibt sich auf katholische Missionierung und die Tochter verbringt die Zeit im Diät-Camp. Alle drei Frauen sind auf der Suche nach Liebe und Glück. Sie sind fanatisch, begehren, werden enttäuscht und mit ihren eigenen Problemen konfrontiert.

4.1.1. Paradies: Liebe

Die Hauptdarstellerin Teresa, gespielt von Margarethe Tiesel, wird fünfzig Jahre alt. Sie ist alleinstehend und hat eine dreizehnjährige Tochter namens Melanie, gespielt von Melanie Lenz. Teresa ist einsam und auf der Suche nach Liebe. Zu ihrem runden Geburtstag leistet sich Teresa einen Urlaub nach Kenia – alleine. In Kenia trifft sie auf attraktive einheimische *Beachboys*. Die *Beachboys* machen es sich zur Aufgabe das Vertrauen alleinstehender Touristinnen zu erobern, ihnen die große Liebe vorzuspielen, es aber tatsächlich nur auf ihr Geld abzusehen haben. Teresa schafft es nicht, sich emotional von ihrer Eroberung Munga, gespielt von Peter Kazungu, fernzuhalten. Es bleibt nicht nur bei sexuellen Abenteuern. Teresa verliebt sich in Munga und wird von ihm enttäuscht, als sie merkt, dass auch er in Wahrheit nur ihr Geld möchte. Sie lässt sich auf eine weitere Beziehung ein, doch auch bei dieser muss Teresa erkennen, dass sie nur ausgenutzt wurde. Die Zuseher begleiten Teresa auf ihrem bitteren Weg der Enttäuschungen, der sie im scheinbaren Paradies völlig vereinsamen lässt.

4.1.2. Paradies: Glaube

Die Hauptdarstellerin Anna-Maria, gespielt von Maria Hofstätter, ist Teresas Schwester. Sie ist fanatisch religiös und hat ihr Leben Jesus Christus geschenkt. Selbstgeißelung für Jesus Christus gehört zu ihrem Alltag. In ihrem Urlaub setzt sie sich das Ziel, Österreich katholischer zu machen. Mit ihrer Holz-Madonna zieht sie daher in Wien von Tür zu Tür und versucht die Menschen zu missionieren und gerät dabei oft in Konflikte. Anna-Maria ist verheiratet. Ihr querschnittsgelähmter, muslimischer Ehemann Nabil, gespielt von Nabil Saleh, taucht eines Tages nach einiger Zeit Abstinenz wieder in ihrer Wohnung auf. Der unterschiedliche Glauben lässt sich nicht miteinander vereinbaren und so bricht ein ehelicher Machtkrieg aus. Keiner von beiden gewinnt diesen. Die Tristesse des Lebens der Ehepartner wird dadurch nur verschlimmert. Die beiden führen einen ungleichen Kampf, denn Nabil ist auf seinen Rollstuhl angewiesen. Als Nabil eines Tages alle Kreuze in der Wohnung abhängt, versteckt Anna-Maria seinen Rollstuhl. Nabil muss am Boden kriechen. Nabil wünscht sich, von Anna-Maria geliebt zu werden, doch diese hat sich voll und ganz Jesus verschrieben. Trotz gemeinsamer Wohnung ist das Leben beider von Einsamkeit geprägt.

4.1.3. Paradies: Hoffnung

Melanie, Teresas Tochter, verbringt ihre Ferien in einem Diät-Camp für Jugendliche. Sie verbringt dort jene Tage, in denen ihre Mutter in Kenia nach Liebe sucht. Melanie ist ein typischer Teenager und wird im Film in ihrem pubertierenden Alltag, bei ihrer ersten Liebe und bei ihrem heimlichen Besuch einer Diskothek begleitet. Die große Liebe glaubt Melanie im Arzt des Camps, gespielt von Joseph Lorenz, zu finden. Dieser könnte altersmäßig ihr Vater sein. Die Beziehung zwischen den beiden ist anfangs unklar. Es scheint, als hätte der Arzt auch Interesse an dem jungen Mädchen. Schlussendlich weist er sie jedoch ab und erteilt ihr ein Verbot der Kontaktaufnahme. Melanie ist enttäuscht und möchte Halt bei ihrer Mutter finden, kann diese aber nicht erreichen. Sie ist völlig alleine mit ihren Problemen.

4.2. Filmversionen

Für den Fragebogen dieser Untersuchung wurden Szenen aus den Filmen entnommen. Die drei Versionen hatten unterschiedliche Schwerpunkte (Ironie/Kritik, Konflikt/Landschaft). Der Schwerpunkt Kritik bezieht sich auf soziale und gesellschaftliche Kritik, die in einzelnen Szenen dargestellt wird. Bspw. werden Regeln und Konventionen kritisiert, in dem sie im Film als erschwerlich und bedrückend dargestellt werden. Konflikt meint zwischenmenschliche Konflikte aufgrund unterschiedlicher Standpunkte hinsichtlich Religion, Liebe, Werte, etc. Ironie ist als die Darstellung humorvoller Szenen zu verstehen. Dieser Humor entsteht in den gewählten Szenen durch totale Überzeichnung bis hin zur Absurdität. Der Fokus der Landschaft konzentriert sich auf die Darstellung ebendieser, wobei Landschaft auch die urbane, städtische Landschaft meint und nicht nur die Darstellung des kleinen Dorfes oder der Berge. Die Filme sind sehr ruhig gestaltet und kaum mit Musik unterlegt. Der Zuschauer wird somit vollkommen von der bildlichen Darstellung vereinnahmt. Eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Versionen erfolgt später in dieser Arbeit.

5. Theorie

Im folgenden Kapitel wird auf die der Untersuchung zugrundeliegenden Theorien eingegangen. Einerseits handelt es sich dabei um Mediennutzungstheorien, andererseits um persönlichkeitsorientierte Merkmale. Bei letzteren wird der Fokus auf drei Konstrukte gelegt: Romantik/Kitsch, Werteorientierung und Nationale Identität als Teil der Sozialen Identität.

5.1. Mediennutzungstheorien

In der vorliegenden Arbeit wird die Frage nach der Zuwendung der Rezipienten zum Medium gestellt. Also nach der Mediennutzung der Rezipienten. Es geht um „Ziele, Absichten, Verwendungszusammenhänge und Bedeutungszuweisungen“ (Burkart 2002: 220) des aktiven, intentional handelnden Publikums. Es geht also darum, die Nutzung der Massenmedien durch die Rezipienten zu untersuchen.

Zu Beginn der 1970er Jahre gab es in der Massenkommunikationsforschung einen Paradigmenwechsel. Die Betrachtungsweise veränderte sich von der medienzentrierten hin zur publikums- und rezipientenzentrierten. Die Forschungen waren bis dahin auf das Massenmedium an sich konzentriert, der Rezipient war das Objekt der Forschungen, das durch die Reize der Massenmedien handelt. Die Mediennutzungsforschung hingegen geht jedoch davon aus, dass das Publikum aktiv und absichtlich handelt und Medien als eine Möglichkeit nutzt, seine Bedürfnisse befriedigt (vgl. Burkart 2002: 220). Die zentrale Frage der Mediennutzungsforschung lautet: Was machen die Menschen mit den Medien? und nicht mehr: Was machen die Medien mit den Menschen (vgl. Bonfadelli 2004: 168)?

Anhand der Lasswell-Formel¹⁴, die Kommunikationsabläufe idealtypisch definiert, lässt sich die Mediennutzungsforschung mit dem Teil des *to whom* erklären. Nach Wolfgang Schweiger ist „die Mediennutzungsforschung (‘to whom’) [...] im Lasswell’schen Sinn zunächst Publikumsforschung. Sie versucht die Zielgruppen und Publika von Mediengattungen und -angeboten zu beschreiben. Damit

¹⁴ Who - says what - in which channel - to whom - with what effect?

verbunden fragt sie nach den Gründen der Mediennutzung und analysiert den Prozess der Medienzuwendung“ (Schweiger 2007: 24).

Die Mediennutzungsforschung hat eine Vielzahl an Theorien, Modellen und Sichtweisen hervorgebracht. Es lassen sich aber drei Hauptgruppen bilden. Diese werden als funktionale, prozessuale und strukturelle Perspektive bezeichnet (vgl. Tabelle 1).

	Funktionale Perspektive	Prozessuale Perspektive	Strukturelle Perspektive
Leitfrage	Warum nutzen Menschen Medien?	Wie gehen Menschen mit Medien um?	Unter welchen Bedingungen nutzen Menschen Medien?
Ursachen	Individuelle Bedürfnisse kognitiv affektiv sozial Identität Zeit	Situative Einflüsse Medium (Inhalt, Darstellung, Handhabung, Glaubwürdigkeit usw.) Rezipient (Emotionen, Stimmungen, Bedürfnisse, Erwartungen usw.) Kontext (Zeit, Ort, soziales Umfeld, Wetter usw.)	Unterschiedliche Bedingungen Individuum soziales Umfeld Gesellschaft Mediensystem
Wirkungen	Medienpräferenzen und Mediennutzungsmuster	Typische Mediennutzungsepisoden mit Selektions- und Rezeptionsprozessen	Mediendiffusion, -aneignung, -nutzung, Publikumsstruktur

Tabelle 1: Perspektiven der Mediennutzungsforschung (nach Schweiger 2007: 21)

Für diese Arbeit ist vor allem die funktionale Perspektive von hoher Bedeutung. Die funktionale Perspektive wurde durch den Uses-and-Gratification-Ansatz (in der Folge UGA) geprägt. Sie „befasst sich mit den *Ursachen* der individuellen Mediennutzung. Medien gelten als Mittel der Bedürfnisbefriedigung, das Rezipienten einsetzen, um unterschiedliche Bedürfnisse zu befriedigen. [...] Im Fokus steht die Identifikation, Beschreibung und Systematisierung von Bedürfnissen bzw. Motiven als funktionale Ursachen individueller Mediennutzung“ (Schweiger 2007: 20).

Das folgende Kapitel geht auf den Nutzenansatz ein, der einerseits an den UGA anknüpft, der wiederum Medien als Quelle der Gratifikation des aktiven Publikums beschreibt. Andererseits wird der Symbolische Interaktionismus betrachtet, der auf die Dimension des sozialen Handelns eingeht (vgl. Burkart 2002: 221). Ergänzend dazu, wird es in einem weiteren Abschnitt um die Mood-

Management Theorie nach Zillman gehen. Die Mood-Management Theorie beschreibt, wie „Individuen ihre Gefühle bzw. Stimmungen durch die Auswahl geeigneter Medieninhalte regulieren“ (Schweiger 2007: 114).

5.1.1. Nutzenansatz

Menschen haben Bedürfnisse. Medien werden dazu genutzt, die Bedürfnisse zu befriedigen und dadurch eine Gratifikation zu erlangen.

Es gibt unzählige Ansätze der Systematisierung von menschlichen Bedürfnissen, nicht nur in der Kommunikationswissenschaft. Unterschiedliche Fragestellungen und Untersuchungen bevorzugen unterschiedliche Kategorisierungen. Die Maslowsche Bedürfnishierarchie (vgl. Abbildung 1) jedoch wurde schon in der frühen UGA-Forschung benannt und als umfassendes Modell erkannt. „Das Modell integriert das gesamte Spektrum menschlicher Motivation, das vom angeborenen Instinkt bzw. Primärtrieb über Sekundärtriebe, die durch Konditionierung erlernt werden, über Wünsche, Intentionen und Zwecke reicht und bei politischen oder kulturellen Werten endet [...]. Gemeinsam ist Motiven auf allen Ebenen, dass sie menschliches Verhalten in Gang setzen, aufrechterhalten und beenden – kurzum: steuern“ (Schweiger 2007: 76). Die Bedürfnishierarchie nach Maslow ist ein Versuch, den Bedürfnissen eine Rangordnung zu geben. Die Übergänge der Bedürfnisstufen sind fließend. 1943 wurden die Bedürfnisse durch fünf Kategorien dargestellt, 1970 erweiterte Maslow seine Pyramide auf acht Kategorien.

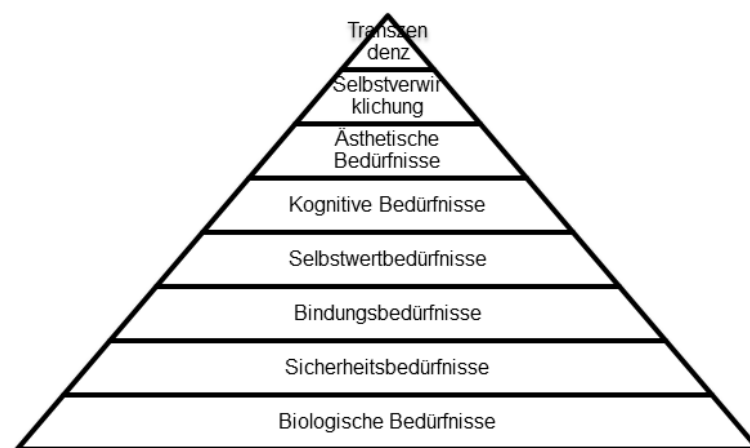


Abbildung 1: Bedürfnishierarchie nach Maslow (eigene Darstellung)

Im Folgenden werden die einzelnen Kategorien von der untersten zur obersten Bedürfnisstufe beschrieben und mögliche Gratifikationen durch Mediennutzung dargestellt (vgl. Schweiger 2007: 76f.).

* **Biologische Bedürfnisse**

Es handelt sich hierbei um Grund- und Existenzbedürfnisse wie Hunger, Durst, Sexualität, Entspannung. Hier wird deutlich, dass nicht alle Bedürfnisse durch Mediennutzung befriedigt werden können. Hunger oder Durst ist durch die Rezeption eines Films, Buchs oder eines anderen Mediums nicht zu stillen. Spannung und Entspannung hingegen kann bspw. durch Unterhaltungsfilme gestillt werden. Das sexuelle Bedürfnis durch pornografische Filme.

* **Sicherheitsbedürfnisse**

Bei dieser Kategorie geht es um den Wunsch nach Sicherheit und Stabilität. Auch diese Bedürfnisse sind meist nur schwer durch Medien zu befriedigen. Jedoch kann bspw. zur Erlangung von Ruhe einen Roman gelesen werden.

* **Bindungsbedürfnisse**

Der Wunsch nach sozialen Bindungen steht hier im Mittelpunkt. In der Mediennutzung kann etwa das Bedürfnis der Gruppenzugehörigkeit durch Rezeption einer Fernsehserie und anschließenden Austausch darüber, befriedigt werden.

* **Selbstwertbedürfnisse**

Das Individuum strebt danach etwas „wert“ zu sein, eine Identität zu entwickeln, die von anderen respektiert wird. Das Individuum vergleicht sich und seine Situation mit anderen. Dies ist in Bezug auf die Nutzung von Reality-Sendungen oder Seifenopern für die medienrelevante Gratifikation von Bedeutung. Desweiteren kann der Konsum von anspruchsvollen Medien Auswirkungen auf das Selbstbild haben.

* **Kognitive Bedürfnisse**

Dieser Bereich hat für die Mediennutzung einen besonders hohen Stellenwert. Das Bedürfnis nach Wissen, neuen Informationen und Reizen steht in dieser Stufe im Mittelpunkt. Die Gratifikation dieser Bedürfnisse kann durch mediale Informationsangebote erzielt werden.

* **Ästhetische Bedürfnisse**

Der Wunsch nach dem Wahren und Schönen kann ebenfalls durch Medien gestillt werden. Sei dies nun durch die Übertragung einer Veranstaltung, dem Lesen von Belletristik oder ähnlichem.

* **Selbstverwirklichung und Transzendenz**

Das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung beinhaltet, das eigene Potential zu erkennen und auszuschöpfen. Transzendenz meint spirituelle Bedürfnisse. Beide Bedürfnisstufen entziehen sich jedoch weitgehend der empirischen Überprüfbarkeit (vgl. Schweiger 2007: 76f.).

Die Gratifikationsforschung stellt die Frage nach dem Nutzen der Medien für das Publikum. Das heißt, es stehen „erwünschte bzw. erhaltene Gratifikationen [...] im Mittelpunkt des Forschungsinteresses“ (Burkart 2002: 226f.). Es wurde schon eine Fülle an Gratifikationskatalogen erstellt. Diese sollen einen Überblick darüber geben, warum Menschen Medien nutzen und ihnen als „Orientierungsrahmen zur Klassifikation von Zielen bzw. Motiven konkret ablaufender menschlicher Handlungen [dienen und] Grundlage [...] [eines] (mehr oder weniger) verallgemeinerbaren Bedarfskatalog menschlichen Handelns [sind], der eine theoriegeleitete und damit auch der Realität angemessenere Einschätzung des Rezeptionsverhaltens erlaubt“ (Burkart 2002: 231).

Schweiger hat in Anlehnung an Kunczik und Zipfel vier Bedürfniskategorien erstellt (vgl. Schweiger 2007: 92 f.), deren zentralen Anhaltspunkte in vielen anderen Bedarfskatalogen zu finden sind:

* Kognitive Bedürfnisse

Es handelt sich hierbei um das „menschliche Bedürfnis nach Information über alle Wissens- und Lebensbereiche“ (Schweiger 2007: 92). Der Mensch hegt das Bedürfnis, über seine Umwelt informiert sein zu wollen, um sich u.a. in ihr orientieren zu können. Die Medien können hierzu innerhalb von Nachrichtensendungen einen Beitrag leisten.

* Affektive Bedürfnisse

Diese Kategorie richtet sich an das Bedürfnis der Unterhaltung, also der Entspannung, Erholung, Ablenkung, Vermeidung von Langeweile, etc. (vgl. Schweiger 2007: 80). Hierzu kann eine Vielzahl an unterschiedlichen Medienformaten einen wesentlichen Beitrag leisten, sei dies nun eine Film (Komödie, Horror, Action, etc.), Musik oder Fernsehsendungen jeglicher Art. Erwähnenswert ist hierbei die Einteilung in negative und positive Unterhaltungsmotive. Positive Motive verstärken Emotionen und negative forcieren die Vermeidung bzw. Verringerung von Emotionen (vgl. Schweiger 2007: 110).

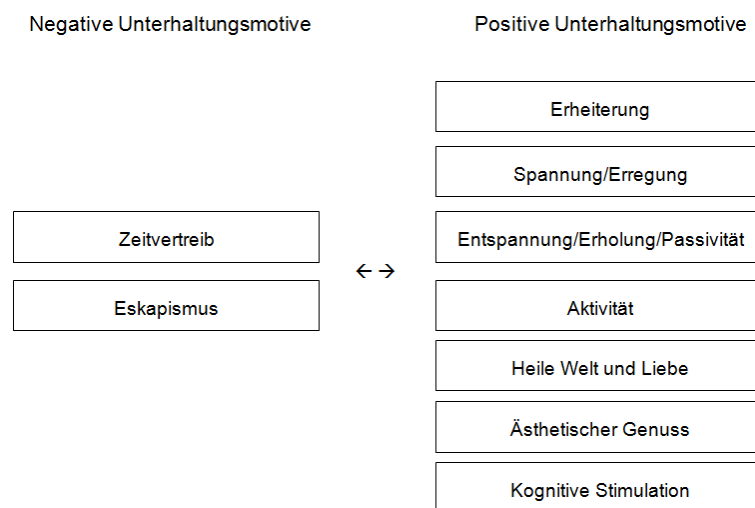


Abbildung 2: Unterhaltungsmotive im Überblick (vgl. Schweiger 2007: 111)

* Soziale Bedürfnisse

Medien sind nur bedingt dazu fähig, soziale Bedürfnisse zu befriedigen. Jedoch bieten sie z.B. die Möglichkeit der Anschlusskommunikation (also im Anschluss an das Medienereignis direkt mit anderen Personen darüber zu sprechen), der

sozialen Integration (in eine soziale Gruppe, wie etwa Fantreffen) oder die Suche nach sozialen Kontakten (z.B. Kontaktanzeigen, d.h. zuerst medial vermittelt und anschließen direkter Kontakt) (vgl. Schweiger 2007: 120f.).

*** Identitätsbedürfnisse**

Der Mensch hat das Bedürfnis nach Selbstfindung, der Orientierung an Role-models, Identifikation und sozialem Vergleich. Der Mensch strebt nach Identitätsbildung und -entwicklung und benützt die Medien dazu, einen persönlichen Bezug herzustellen.

5.1.1.1. Uses-and-Gratification-Ansatz

Der UGA geht davon aus, dass das Publikum Medien vor allem nutzt, weil sie sich durch dessen Rezeption eine Art Belohnung, Gratifikation, erwarten (vgl. Burkart 2002: 222). Dieser Belohnung liegen Bedürfnisse zugrunde, welche bei der Auswahl bestimmter Medien befriedigt werden sollen. Die Zuwendung zu einem bestimmten massenmedial vermittelten Inhalt ist somit abhängig vom Subjekt, aber „auch weitgehend inhaltsunabhängig [...] [Es] ist also vorstellbar, daß sich verschiedene Menschen aus ganz unterschiedlichen Gründen ein und demselben Medium bzw. Medieninhalt zuwenden und ganz unterschiedliche Gratifikationen durch diese Zuwendung erlangen“ (Burkart 2002: 222). Das Publikum ist aktiv und „bestimmt aufgrund seiner Bedürfnisse, Probleme und Erwartungen, ob und wie er ein bestimmtes Medium oder einen bestimmten Medieninhalt nutzt oder nicht“ (Bonfadelli 2004: 168). Das aktive Publikum handelt ziel- und zweckorientiert um die eigenen Bedürfnisse durch Medienrezeption zu befriedigen. Das aktive Publikum besteht aus „Menschen, die in ihrem jeweiligen Handlungs- und Problemzusammenhang absichtsvoll handeln und sich dabei [...] auch den Medien und ihren Inhalten zuwenden“ (Burkart 2002: 223). Der große Unterschied zur Wirkungsforschung ist somit der Blick auf die Rezipienten als reflexions- und handlungsfähiges Publikum. Hinzuzufügen ist, dass Rezipienten beim UGA ihre Bedürfnisse nicht unbewusst und triebgesteuert befriedigen, sondern funktionalistisch. Das Bedürfnis, dass durch Mediennutzung befriedigt werden soll, durchläuft das Element Informationsverarbeitung/Problemlösung (vgl. Abbildung 3).

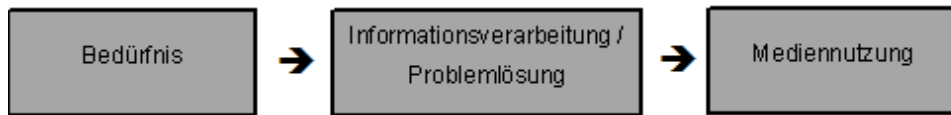


Abbildung 3: Grundgedanke des UGA (nach Schweiger 2007: 62)

1974 erklärten Blumler und Katz den Kommunikationsprozess und seine Wirkungen durch folgende Skizzierung:

- 1) Die sozialen und psychologischen Ursprünge
- 2) von Bedürfnissen, die
- 3) Erwartungen an die
- 4) Massenmedien oder andere Quellen stellen,
- 5) die zu verschiedenen Expositionsmustern (oder einem Engagement in andere Aktivitäten) führen, die
- 6) Bedürfnisbefriedigung und
- 7) andere Konsequenzen (auch un intendierte) zur Folge haben.

(Lindner-Braun 2007: 248)

Rubin fasst die Grundannahme des UGA folgendermaßen zusammen:

Das Kommunikationsverhalten ist als Medienselektion und Mediennutzung zielgerichtet und damit motiviert. Das Verhalten ist funktional und hat Konsequenzen für Personen und die Gesellschaft. Menschen ergreifen die Initiative, wenn sie Kommunikationswege selektieren und nutzen, um Wünsche und Bedürfnisse zu befriedigen. Die Mediennutzung kann Grundbedürfnisse tangieren, aber auch Interessen wie Informationssuche realisieren.
(Rubin 1994 zitiert nach Lindner-Braun 2007: 249)

Ergänzt werden muss, dass selbstverständlich nicht alle Bedürfnisse durch Mediennutzung befriedigt werden können. „Deshalb beschränken sich U&G-Studien entweder auf Bedürfnisse, die eine potenzielle Befriedigung durch Mediennutzung zulassen, wie z.B. Informationshunger, Einsamkeit, Langeweile oder soziales Orientierungsbedürfnis. Oder sie drehen die Analyserichtung um und beobachten zunächst die Nutzung eines Mediums oder unterschiedlicher Medien, um im zweiten Schritt nach den dahinter liegenden Motiven zu fragen“ (Schweiger 2007: 62).

Rosengren und Windahl ergänzten das Modell um einige Dimensionen. Die Bedürfnisse der Rezipienten werden um individuelle Charakteristika und die gesellschaftliche Umgebung erweitert und als Eigenschaften der Rezipienten bezeichnet. Das Individuum und seine Bedürfnisse interagiert mit der sozialen Umwelt und deren gesellschaftlichen Strukturen. „Die über den sozialen Kontext gesteuerte Bedürfnisbefriedigung wiederum entscheidet über die Art der *Zuwendung* zum Medium und seinen Kommunikatoren, dem Ausmaß von *Identifikation* und *Interaktionskomplexität*. Daraus resultieren die Programmwahl sowie kurz- und langfristige Folgen für den Rezipienten“ (Lindner-Braun 2007: 251). D.h. die Interaktion eines Individuums mit seiner Umwelt birgt individuelle Probleme und deren Lösungen in sich. Das Modell wird auch um eine mögliche Rückwirkung der Gratifikation auf die Eigenschaften der Rezipienten erweitert. Weiterführend wurden nun die Zusammenhänge zwischen Rezipientenmotiven, Erwartungen und Medienverhalten untersucht. Palmgreen und Rayburn ging in den 1980er Jahren der Frage nach, ob das Bedürfnis, das zur Nutzung bestimmter medial vermittelter Inhalte geführt hat, auch tatsächlich befriedigt wurde. Sie unterschieden dabei zwischen gratification sought (gesuchte Gratifikation) und gratification obtained (erhaltene Gratifikation). Palmgreen und Rayburn arbeiteten den Erwartungs-Bewertungs-Ansatz von Fishbein in ihre Untersuchungen ein: Die Vorstellungen und Bewertungen beeinflussen die gesuchte Gratifikation und damit die Mediennutzung. Die gesuchte Gratifikation korreliert dabei mit der Mediennutzung. Die Nutzung der Medien wiederum lässt Rückschlüsse auf die erhaltene Gratifikation zu. „Dies wiederum verstärkt oder verändert rückwirkend die individuelle Wahrnehmung der mit den Gratifikationen verbundenen Eigenschaften von bestimmten Zeitungen, Programmen, Programmgestaltungen etc.“ (Palmgreen 1984, zitiert nach Burkart 2004: 234). Abbildung 4 soll dieses theoretische Konstrukt verdeutlichen.

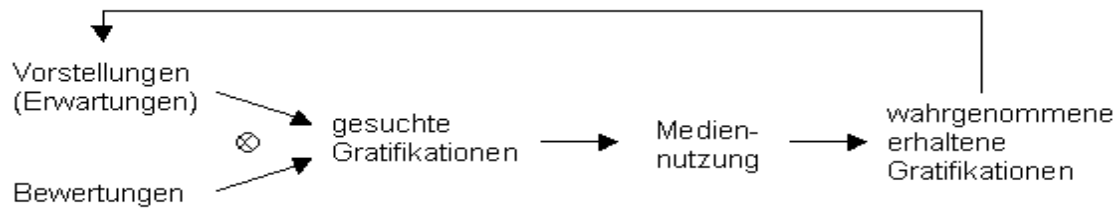


Abbildung 4: Erwartungs-Bewertungs-Modell (nach Palmgreen 1984)

5.1.1.2. Symbolischer Interaktionismus im Nutzenansatz

Der symbolische Interaktionismus ist ein Konstrukt des menschlichen Zusammenlebens, das vor allem die Interaktion zwischen dem Individuum und seiner Umwelt in den Mittelpunkt stellt. Diese Umwelt ist natürlich und symbolisch. D.h. die Umwelt und die Interaktion innerhalb und mit dieser sind niemals objektiv, gegeben oder statisch, sondern stets subjektiv und veränderbar. „Das menschliche Zusammenleben [ist] ein Prozess, in dem Objekte geschaffen, bestätigt, umgeformt und verworfen werden. Das Leben und das Handeln von Menschen wandeln sich notwendigerweise in Übereinstimmung mit den Wandlungen, die in ihrer Objektwelt vor sich gehen“ (Blumer 1973: 91). Für Herbert Blumer basiert der symbolische Interaktionismus in seinem handlungstheoretischen Rahmen dabei auf 3 Prämissen:

- 1) „Menschen handeln „Dingen“ gegenüber auf der Grundlage von Bedeutungen, die diese Dinge für sie besitzen.
- 2) Die Bedeutung dieser Dinge entsteht/wird abgeleitet aus den sozialen Interaktionen, die man mit seinen Mitmenschen eingeht.
- 3) Diese Bedeutungen werden im Rahmen der Auseinandersetzungen mit ebendiesen Dingen in einem interpretativen Prozeß benützt und auch abgeändert.“

(Blumer 1973, zitiert nach Burkart 2002: 55)

Dinge und Gegenstände existieren niemals isoliert vom Menschen und sie sind raum- und zeitgebunden. „Gegenstände entstehen im Hinblick auf ihre Bedeutung überhaupt erst dann, wenn sie von Menschen in deren Handlungen mit einbezogen werden. Die Bedeutung eines Gegenstandes ist als ‚soziale

Schöpfung' [...] dann jeweils das Ergebnis mannigfaltiger Definitions- und Interpretationsprozesse, die zwischen Menschen ablaufen, wenn diese im Hinblick auf den jeweiligen Gegenstand handeln“ (Burkart 2002: 55).

Teichert und Renckstorf haben die Theorie des symbolischen Interaktionismus mit dem Konstrukt des aktiven Publikums verknüpft und bildeten so den Nutzenansatz. Renckstorfs Nutzenansatz baut auf drei Komponenten auf:

- 1) aktives Publikum¹⁵
- 2) soziales Handeln
- 3) Zuweisung von Bedeutungen

„Der Nutzenansatz sieht massenmedial vermittelte Aussagen [...] nicht als in ihrer Bedeutung bereits vorfabrizierte Stimuli, sondern als interpretationsbedürftige Objekte an“ (Burkart 2002: 225). Die Botschaft des Mediums wird also erst durch die Interpretation, also die Bedeutungszuweisung des Rezipienten deutlich.

5.1.1.3. Kritik am Nutzenansatz

Es gibt einige Kritikpunkte, derer sich die Gratifikationsforschung stellen muss. Einer der bedeutendsten ist dabei wohl jener der Theorielosigkeit bzw. Theorieschwäche. Nach Merten erlaubt der UGA keine empirische Hypothesenprüfung und arbeitet mit ungenauen Definitionen und Begriffen. Merten stellt weiters fest, dass der UGA nicht falsifizierbar ist und somit nicht einmal den Status einer Hypothese für sich beanspruchen darf (vgl. Merten 1984: 66f.). Schweiger fordert, die Sichtweise neu zu stellen und den UGA als Ansatz zu sehen, auf dem kommunikationswissenschaftliche Hypothesen und Theorien entwickelt und aufgebaut werden können (vgl. Schweiger 2007: 66).

Auch das aktive Publikum, sein Bewusstsein über die eigenen Bedürfnisse und die bewusste und aktive Suche des Rezipienten zur Gratifikation wird oft in Frage gestellt. „Menschen verhalten sich impulsiv, vereinfacht, habituell, [...] lassen sich

¹⁵ Aktives Publikum meint ein Publikum, das handelt und reflektiert um dadurch bestimmte Ziele zu erreichen.

von Vorurteilen und Gefühlen beeinflussen“ (Schultheiss 2009: 65) und nutzen Medien unbewusst auch als Teil des Alltags. Der UGA geht jedoch davon aus, dass sich das Publikum seiner Bedürfnisse bewusst ist. Latente Bedürfnisse werden dabei ausgeklammert.

Die Nutzenforschung baut auf Aussagen der Rezipienten. Diesen muss sie vertrauen. Die wahrheitsgemäße Auskunft ist nicht überprüfbar. Es besteht somit ein permanentes Risiko, dass Rezipienten bei der Befragung nicht wahrheitsgemäß antworten sondern so, wie es von ihnen scheinbar erwartet wird.

Weiters wird dem UGA vorgeworfen, „daß der funktionalistische Gehalt des Gratifikationsansatzes gerade im Hinblick auf gesellschaftliche Konsequenzen bisher nicht ausgeschöpft wurde“ (Schenk 1987, zitiert nach Burkart 2002: 234). Der UGA orientiere sich am Individuum und an individuellen Bedürfnissen. Seine Sozialisation und seine Umwelt wird dabei außer Acht gelassen und somit auch, dass sich „Bedürfnisse [...] immer in Auseinandersetzung von Person, Sozial- und Mediensystem“ (Bonfadelli 2004: 173) entwickeln. Auch wird außer Acht gelassen, dass Menschen in sozialen Gruppen anders agieren als alleine und somit auch Medien anders nutzen.

Der UGA geht davon aus, dass bestimmte Medienangebote zur Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse dienen. So gelten beispielsweise Nachrichtensendungen als Gratifikation kognitiver Bedürfnisse. Er wird aber nicht näher beachtet, dass diese informativen Sendungen individuell und auch zur Befriedigung anderer Bedürfnisse genutzt werden können. D.h. Medienangebote und deren unterstellte Gratifikation müssen nicht immer mit den Motiven und Bedürfnissen des Publikums korrelieren (vgl. Schweiger 2007: 67f.). Es kann auch nicht davon ausgegangen werden, dass es ideale Medieninhalte gibt, die ein bestimmtes menschliches Bedürfnis vollends befriedigen (vgl. Schweiger 2007: 71f.).

5.1.2. Mood-Management-Theorie

Die Mood-Management-Theorie stammt aus der Sozialpsychologie und befasst sich mit den Auswirkungen von menschlichen Gefühlsstimmungen auf Prozesse der Verarbeitung.

Dolf Zillmann setzte diese Überlegungen in Beziehung zu Medien. Das Publikum nutzt nach dieser Theorie Medien strategisch dazu, um ihre Stimmungen (mood) zu regulieren (manage). Dabei geht Zillmann davon aus, dass Menschen durch hedonistische Motive gesteuert sind. D.h. sie streben danach, positive, angenehme und belohnende Motive zu intensivieren und negative Motive zu verringern.

„Der Rezipient als hedonistisches Wesen sollte ein Interesse daran haben, schlechte Stimmungen durch gute Stimmungen zu ersetzen. Er sollte ebenfalls daran interessiert sein, gute Stimmungen zu verbessern oder zu verlängern. Kann Unterhaltung dabei helfen? Natürlich! Es ist die bequemste Art, in Stimmungen einzugreifen und sie in gewünschter Weise zu verändern. Es bedarf nur eines Fingerdrucks.“
(Zillmann 1994: 45)

In Anlehnung an das Zwei-Faktoren-Modell von Schachter und Singer von 1962, unterscheidet Zillman zwischen zwei Dimensionen:

1. **Bewertung** (bei Schachter und Singer *appraisal*): angenehme, positive Stimmung vs. unangenehme, negative Stimmung.
2. **Erregung** (bei Schachter und Singer *arousal*): übererregte vs. untererregte Stimmung.

Der Rezipient ist einerseits bemüht, ein ausgeglichenes Erregungsniveau zu erreichen. Ist die Erregung niedrig (z.B. bei Langeweile) werden Medieninhalte mit hohem Erregungsstimuli angestrebt. Ist die Erregung hoch (z.B. bei Stress), so strebt der Rezipient Medieninhalte mit niedrigem Erregungsstimuli an. Der Rezipient möchte angenehme Stimmungen erhalten und verlängern und unangenehme Stimmungen beenden (vgl. Schweiger 2007: 114). Das Individuum versucht die ideale Stimmung sowohl durch interne, wie auch durch externe Reize zu erreichen. Medien stehen also, wie im UGA, in Konkurrenz zu anderen Reizen.

Zillmann definiert vier Faktoren, durch die sich ein Medium als Mittel zur Stimmungsregulierung eignet:

- **Hedonistische Valenz**

Die Qualität eines Mediums beeinflusst den Reiz, welchen das Medium auslöst. D.h. negative Stimuli erzeugen negative Emotionen und positive Stimuli erzeugen positive Emotionen. Gewalthaltige Medien können bspw. zur Steigerung eines niedrigen Erregungsniveaus ausgewählt werden.

- **Erregungspotenzial**

Medien werden danach ausgewählt, ein möglichst ausgeglichenes Erregungsniveau herzustellen. Sowohl Über- als auch Unterstimulierung sind ein Zustand der Aversion, der vom Individuum ausgeglichen wird.

- **Semantische Affinität**

Hierbei handelt es sich um die Beziehung zwischen Medium und aktueller persönlicher Situation des Rezipienten. Befindet sich der Rezipient in einem positiven Erregungszustand wird er Medienangebote suchen, die Ähnlichkeiten zu seinem aktuellen emotionalen Erleben aufweisen. Befindet er sich hingegen in einem negativen Zustand, wird er medial dargebotene Themen meiden, die ihn an seine Stimmung erinnern.

- **Absorptionspotential**

Darunter ist die Fähigkeit eines Mediums zu verstehen, welche es vermag den Rezipienten vom eigenen Zustand abzulenken (vgl. Schweiger 2007: 114). Zillmann geht davon aus, dass bei negativer Stimmung Medien mit möglich starker Absorptionsfähigkeit genutzt werden. Bei positiver Stimmung des Individuums werden hingegen Medien mit schwacher Absorptionsfähigkeit gewählt.

2004 erweiterte und konkretisierte Zillmann das bereits erwähnte Zwei-Faktoren-Modell von Schachter und Singer zur Drei-Faktoren-Emotionstheorie und ergänzte die bisherigen Dimensionen Erregung und Bewertung um die Dispositionskomponente. Diese ist laut Zillmann ein „verhaltenssteuernder Mechanismus“ [...]. Verschiedene emotionale Auslöser können bei Menschen unwillkürliches Verhalten verursachen [...] Die Auslöser können entweder

natürlich oder erlernt (konditioniert) sein“ (Schweiger 2007: 153). Die Dimension der Erregung wird ebenfalls durch erlernte oder natürliche Auslöser aktiviert und motiviert Individuen zu einem bestimmten Verhalten. Je erregender dabei ein Reiz ist, desto höher fällt die Motivation aus (vgl. Schweiger 2007: 153). Die Dimension der Bewertung wiederum korreliert immer mit einer bewussten Empfindung und ist ein „Mechanismus für die Überwachung, Beurteilung und erforderliche Korrektur von bewusst gewordenem emotionalem Verhalten (Zillmann 2004, zitiert nach Schweiger 2007: 153).

5.1.2.1. Analogisch-konfrontierendes und kontrastiv-kompensierendes Gefühlsmanagement

Jürgen Grimm untersuchte Strategien der Gefühlsregulierung im Zusammenhang mit Mediennutzung und kam dabei auf zwei unterschiedliche Varianten des TV-Gefühlsmanagements. Er unterscheidet zwischen analogisch-konfrontierender und kontrastiv-kompensierender Nutzungsart bzw. Programmbindung. Ausgegangen wird dabei jeweils von einer hohen emotionalen Disposition (vgl. Grimm 1999: 334).

„Variante 1 des TV-Gefühlsmanagement basiert auf einer inhaltlichen Übereinstimmung zwischen Zuwendungsdisposition und Programminhalt. Sie zielt auf eine Konfrontation mit einem kritischen Gefühlskomplex ab. Bei Variante 2 divergieren Zuwendungsdisposition und Programminhalt. In diesem Fall benutzen Fernsehzuschauer ein informationelles und emotionales Kontrastprogramm dazu, sich unmittelbar emotionale Erleichterung zu verschaffen.“
(Grimm 1999: 334)

Variante 1, analogisch-konfrontierendes TV-Gefühlsmanagement, bevorzugt jene Medien, die eigene stark ausgeprägte psychosoziale Merkmale enthalten. D.h. ein Mensch mit Neigung zu Gewalt, präferiert Gewaltdarstellungen. Das psychosoziale Merkmal, das schon ausgeprägt existiert, wird medial aktiviert. Der Rezipient wird dadurch einer Konfrontation mit kritischen Reizen ausgesetzt. Dies kann wiederum zu einer Abschwächung der emotionalen Disposition führen (vgl. Grimm 1999: 335).

Das kontrastiv-kompensierende Gefühlsmanagement, Variante 2, wiederum bevorzugt jene Medieninhalte die im emotionalen Kontrast zu den eigenen psychosozialen Merkmalen stehen. Dies soll „unerwünschte Emotionen [...]“

unterbrechen, vermeiden und/oder blockieren“ (Grimm 1999: 335). Personen mit Neigung zu Gewalt würden somit Gewaltdarstellungen meiden.

Beim Konsum von Heimatfilmen überwiegt nach Jürgen Grimm, im Gegensatz zu Gewalt- oder Horrorfilmen, die kontrastiv-kompensatorische Mediennutzung. Horrorfilme und Filme die Komplexitätserleben beinhalten, arbeiten mit analogisch-konfrontierendem Gefühlsmanagement, Kitsch hingegen widmet sich dem kontrastiv-kompensierenden Verfahren. Heimatfilme, die eine heile Welt vermitteln, vermitteln ein beruhigendes Gefühl, das im Kontrast mit der realen Welt steht (vgl. Grimm 1999: 347). Anti-Heimatfilme hingegen vermitteln dieses Gefühl nicht, da sie keine heile Welt darstellen. Es stellt sich also die Frage, ob dieses Subgenre des Heimatfilms ebenfalls der kontrastiv-kompensatorischen Mediennutzung unterliegen kann? Die Inhalte der Anti-Heimatfilme (Gewalt, Konflikte, etc.) sprechen eher dafür, dass Anti-Heimatfilm-Seher das analogisch-konfrontierende Gefühlsmanagement bevorzugen.

5.1.2.2. Kritik an der Mood-Management-Theorie

Die Mood-Management-Theorie geht davon aus, dass der Mensch als hedonistisches Wesen handelt. Jedoch trifft dies nicht immer zu. Der Mensch ist Situationen ausgesetzt, in denen er versucht positive Stimmungen zu vermeiden (z.B. Schuldgefühle) und negative Stimmungen (z.B. Selbstbestrafung) zu erhalten (vgl. Zillmann 2000: 106). Vor allem trifft dies auf Menschen mit negativer Stimmung zu. Diese legen oft ein kontrahedonistisches Verhalten an den Tag. Die Bewältigungstheorie von Lazarus und Folkman von 1987 erklärt durch drei Szenarien, warum

- „Menschen in schlechten Stimmungen sowohl positive oder negative Inhalte als auch Inhalte aller Art zur Stressbewältigung einsetzen
Eine schlecht gelaunte, aggressive oder gestresste Person rezipiert
(1) entweder bewusst belastende Medieninhalte, um sich aktiv mit ihrem Problem auseinanderzusetzen (Isoprinzip), sie wählt
(2) positive bzw. fröhliche Inhalte aus, um sich aufzuheitern (Mood-Management), oder sie nutzt
(3) beliebige Medieninhalte, um sich abzulenken (Eskapismus).“
(Schweiger 2007: 117)

5.2. Romantik und Kitsch

Wie schon im Kapitel über die Motive des Heimatfilms erläutert, sind Romantik und Kitsch wichtige Dimensionen des Heimatfilms. Das folgende Kapitel widmet sich daher dem Phänomen Kitsch. Ihm zugrunde liegen die Thesen Jürgen Grimms und Konrad Paul Liessmanns.

„Die etymologische Wurzel des Wortes *Kitsch* ist noch immer nicht geklärt. Ob sich dieses Wort [...] von der mundartlichen Wendung ‚verkitschen‘ im Sinne von ‚auf listige Weise Kleinhandel betreiben‘ oder vom englischen Wort ‚sketch‘ im Sinne eines kleinen billigen Kunstwerkes ableitet, ist nach wie vor umstritten“ (Liessmann 2012: 24). Jedenfalls ist Kitsch in Bezug zu Kunst zu setzen und zwar als „die in einer besonderen Weise trivial gewordene *Kunst*“ (Liessmann 2002: 6), die ohne spezielle Bildung konsumiert werden kann.

Kitsch hat zwei Kategorien. Einerseits die Objektkategorie und andererseits die Gefühlskategorie (vgl. Liessmann/Grimm 2012; 5). Für Liessmann sind diese beiden Kategorien nicht von der ästhetischen Dimension zu trennen. Größe ist für ihn ein Merkmal, welches Kitsch von Nicht-Kitsch unterscheidet. Das heißt Kitsch ist laut Liessmann nur dann Kitsch, wenn er „gleichsam massenhaft produziert und reproduziert wird“ (Liessmann 2012: 8). Für Grimm wiederum ist die Emotionalität, das heißt das Ergriffensein von etwas, die zentrale Dimension von Kitsch. Es geht um Idylle und das Bestreben nach Harmonie, die wiederum nur dann erlebbar ist, wenn zuvor etwas Schlechtes/Böses, wie bspw. ein Konflikt sichtbar gemacht wurde.

Kitsch beinhaltet immer das Verhältnis eines Betrachters zu einem Objekt. Das heißt, die Ästhetik eines Objekts, eines Szenario ist nicht die relevante Komponente des Kitschs, sondern es ist der persönliche Bezug. Kitsch ist aber

„weder durch einzelne Objektmerkmale noch durch bestimmte Einzelgefühle eindeutig bestimmt. ‚Kitsch‘ wird definiert als ein besonderer Modus des Erlebens, in dem ästhetische Maßstäbe ihre Bedeutung verlieren. Kitsch ist Ergriffensein vom Objekt, das zu einem vom üblichen abweichenden, ästhetikvergessenden Gefühlszustand führt.“
(Grimm 1998: 356)

Kitsch „hält die Menschen davon ab, sich mit der Realität angemessen auseinander zu setzen. Das ist der Standardvorwurf, denken wir etwa an Heimatkitsch. [...] Kitsch verspricht idyllische, überschaubare, auch emotional überschaubare Verhältnisse. Figuren in Kitschroman durchleben nicht [...] ein Wechselbad der Gefühle. Sie sind im Wesentlichen einfach gestrickt, sonst wäre es kein Kitschroman“ (Liessmann/Grimm 2012: 5f.). Das Erleben von Kitsch bedarf jedoch, neben der Harmonie, auch eines Bruchs durch einen Konflikt, um so den Kitsch sicht- und erlebbar zu machen (vgl. Liessmann/Grimm 2012: 6).

Liessmann verortet den „echten Kitsch“ dort, wo „etwas gleichsam massenhaft produziert und reproduziert wird“ (Liessmann/Grimm 2012: 8). Kitsch ist also nach Liessmann ein Massenprodukt, bei dem der Produzent bzw. Urheber nicht bekannt ist und das nach vorgegeben (Handlungs-)Rastern funktioniert. Grimm sieht im Kitsch ebenfalls einen Massengeschmack, der jedoch das „Betroffen-Sein vor dem Hintergrund des Horrors, die Sehnsucht nach Harmonie“ (Liessmann/Grimm 2012: 9). in den Vordergrund rückt und somit nicht „allein genuin durch die industrielle Form der Produktion erzeugt werden kann“ (Liessmann/Grimm 2012: 9). Es muss, laut Grimm „so etwas wie einen authentischen Kitschmoment geben“ (Liessmann/Grimm 2012: 13).

Die Sicht auf Kitsch hat sich verändert. Grimm verweist auf eine neue, alternative Sichtweise auf Kitschphänomene, die nicht mehr die „ästhetische Minderwertigkeit, sondern den existenziellen und alltagspraktischen Wert für die Kitsch-Gebraucher in den Mittelpunkt rückt. Kitsch wird verstanden als Ästhetik vergessener Zustand, der mit Harmoniebedürfnissen korreliert“ (Grimm 2012: 14). Grimm geht noch weiter. „Die ästhetische Dimension ist [...] nur insofern von Belang, als der Kitsch-Gebraucher qua mangelndem Interesse an ästhetischen Fragen auch ‚schlecht‘ gemachte Kitsch-Objekte akzeptiert, wenn sie nur die betreffenden Schlüsselreize für Harmoniesehnsüchte bedienen und eine tief empfundene Resonanz auslösen“ (Grimm 2012: 16). Auch ist Kitsch nun nicht mehr als etwas zu begreifen, von dem Intellektuelle ausgeschlossen sind, sondern er ist allgegenwärtig und allseits, in allen Schichten beliebt.

5.2.1. Thesen zum Kitsch

Grimm entwickelte 1998 15 Thesen zum Kitsch¹⁶, die 2012 um eine weitere ergänzt wurden. Diese sollen im Folgenden erläutert werden (vgl. Grimm 2012: 16ff.).

I. Von Kitsch-Menschen und anderen

Es gibt nicht den Kitsch-Menschen. Nicht jeder ist durch alle Kitsch-Objekte ergriffen, aber prinzipiell ist jeder Mensch für Gefühlswirkungen durch kitschige Objekte empfindsam. Sehr wohl gibt es aber „Anti-Kitsch-Menschen, die inflationär zu einem Distanzierungsverhältnis neigen“ (Grimm 2012: 16).

II. Echtes und Unechtes

Kitsch-Objekte reizen oft verdrängte Empfindungen. Der wahre Kern des Kitsches ist ident zu einem großen Teil unserer Emotionen und Ängste.

III. Gefühlsauslöser

Ob Kitsch Emotionen auslöst, korreliert mit einem persönlichen In-Bezug-setzen. Daraus folgt, dass nicht jedes Kitsch-Objekt immer bei jedem funktioniert. Daraus folgt aber auch, dass Kitsch „Ausgangspunkt für Selbstthematisierungen und die Reflexion des eigenen Gefühlslebens werden kann“ (Grimm 2012: 17).

IV. Gefühlszensur

Das durch Kitsch erlebte Gefühl ist auch abhängig von kulturellen Normen. Kitsch wird in der Gesellschaft eher abgewertet. „Auf diese Weise wird Gefühlskontrolle eingefordert und notfalls auch Gefühlszensur geübt“ (Grimm 2012: 17). Dies führt jedoch nicht zur gewünschten Gefühlsabstoßung, sondern wandelt das empfundene Gefühl um. Es wird negativ konnotiert und somit abgewertet. Diese Abwertung korreliert jedoch mit der Intensität der empfundenen Emotion. Das heißt, je intensiver das Erleben ist, das durch ein Kitsch-Objekt ausgelöst wurde, desto stärker ist auch die Abwehrreaktion auf dieses Objekt.

¹⁶ In seinem Aufsatz „Medienkitsch als Wertungs- und Rezeptionsphänomen. Zur Kritik des Echtheitsdiskurses.“

V. Gefühl und Verstand

Gefühl und Verstand handeln entgegengesetzt. Den Unterhaltungsmedien wird vorgeworfen zu viel Gefühl und zu wenig Verstand einzusetzen. Die „Hochkultur“ macht es umgekehrt. Grenzüberschreitung von Gefühl und Verstand sind schwierig und lösen Konflikte aus.

VI. Halbierte Welt oder halbierter Kitsch

Kitsch zeigt „Heile Welt“ und Idylle. Das ist der Vorwurf an Kitsch. Das ist aber ungenügend. Denn Kitsch funktioniert nur, wenn er im Kontrast zur „düsteren“ Gegenseite steht und „in der Gegenrichtung des Wünschbaren seine Erdverbundenheit“ (Grimm 2012: 17) anzeigt.

VII. Kitsch und Horror

Kitsch ist die „Kehrseite der Angst“ (Grimm 2012: 18). Auch bei ihm geht es um Angst und dessen Domestizierung. Horror konfrontiert den Rezipienten direkt mit seiner Angst. Kitsch begleitet ihn in eine angstfreie Zone.

VIII. Kitsch und Chaos

Ähnlich dem eben genannten Punkt „Kitsch und Horror“ agiert Kitsch bei der Ambivalenz „Kitsch und Chaos“. Durch seine Einfachheit und Ordnung stellt er sich der Komplexität und mindert so Verunsicherungen.

IX. Vom Soll-Zustand zur Problematisierung

Der Kitsch fokussiert sich auf die Lösung eines Problems, nicht auf das Problem selbst¹⁷. Der Kitsch braucht also ein Problem, an dem er die Lösung (mitunter oft drastisch) zeigen kann. Die Lösung des Problems ist der Endzustand des Kitsches und wird damit auch als Sollzustand gesehen (vgl. Grimm 2012: 18).

X. Erinnerungen an die Zukunft

Erinnerung und Zukunft verbinden sich beim Kitsch. „Der Kitsch entwirft eine Utopie, indem er sich an vergangene Verluste erinnert“ (Grimm 2012: 18).

¹⁷ Hier zeigen sich weitere Parallelen zum Heimatfilm, der ebenfalls die Lösung des Problems in den Vordergrund der Geschichte legt und nicht – wie der Anti-Heimatfilm – die Problemstellung an sich.

Erinnerungen werden in das Jetzt getragen. „Mit dem Blick auf die Vergangenheit erscheint der Ist-Zustand nur als Möglichkeit und zukünftige Veränderungen bleiben offen“ (Grimm 2012: 18).

XI. Wechselnde Größenverhältnisse

Grimm unterscheidet zwischen dem Verniedlichungskitsch und dem Erhabenheitskitsch. „Der *Verniedlichungskitsch* ermöglicht, die eigene Größe als besondere zu erleben; im Unterschied dazu setzt der *Erhabenheitskitsch* auf ein demütiges Sich-Fallenlassen des Gebrauchers“ (Grimm 2012: 19). Dabei ist der Kitschkonsument generell aber keinesfalls dem einen oder dem anderen mehr zugänglich, vielmehr korreliert die jeweilige Zuwendung mit der aktuellen persönlichen Situation.

XII. Problematischer Kitsch

Menschen erwarten von Objekten, dass diese ihre Gefühle befriedigen können. Dies ist aber nur durch menschliche Beziehungen möglich. „Den Objekten kommt lediglich eine, allerdings entscheidende Rolle für die Entwicklung von Beziehungen zwischen Menschen zu, die man nutzen, die man aber auch missbrauchen kann“ (Grimm 2012: 19). Kitsch ist also nur einseitig emotional gerichtet.

XIII. Kitsch-Spiele und Ironie

Wird Kitsch spielerisch oder ironisch dargestellt entsteht eine neue Funktion des Kitsches – die Reflexion. Es ist aber notwendig auf die Intensität der Ironie zu achten, da der Kitsch sonst „seine Glaubwürdigkeit als Gefühlserzeuger verliert“ (Grimm 2012: 19).

XIV. Schwierigkeiten der Begriffsbestimmung

Wie bereits erwähnt, ist es schwierig Kitsch zu definieren. Es gibt unterschiedliche Ansätze. „Mit der Vieldeutigkeit des *Kitsches* als Rezeptions- und Wertungsphänomen korrespondiert eine paradoxe Verwendungsweise des Begriffs. [...] Wo *Kitsch* ist, wird er nicht als solcher empfunden, und wo der Begriff ist, ist sein Referenzobjekt entschwunden“ (Grimm 2012: 19).

XV. Neudefinition

Es sei noch einmal an die zu Beginn des Kapitels erwähnte Definition von Kitsch durch Jürgen Grimm erinnert. ‚Kitsch‘ wird definiert als ein besonderer Modus des Erlebens, in dem ästhetische Maßstäbe ihre Bedeutung verlieren. Kitsch ist Ergriffensein vom Objekt, das zu einem vom üblichen abweichenden, ästhetikvergessenden Gefühlszustand führt“ (Grimm 1998: 356). Es ist deutlich zu machen, dass die qualitative Beurteilung (etwa zwischen Hochkultur und „niedriger“ Unterhaltung) zum Zwecke der Emotionalisierung in den Hintergrund gerückt wird und „allein die persönliche Relevanz des Szenarios“ (Grimm 2012: 20) entscheidend ist.

Moralische Glückseligkeit

Ergänzend zu den eben genannten 15 Thesen hat Kitsch auch eine moralische Funktion. Er kann moralische Ressourcen mobilisieren, vor allem in Zeiten der Unsicherheit. Grimm bezeichnet dies als eudaimonistischen Rausch und meint damit einen „Zustand, in den man [...] gerät, [...] weil man im Moment und plötzlich vom Guten wirklich angefasst wird und sich dadurch im Innersten transzendiert“ (Liessmann/Grimm 2012: 11). Diese Art des Rausches ist aber zeitlich begrenzt und muss ständig reproduziert werden (vgl. Grimm 2012: 20).

Der klassische Heimatfilm lässt sich anhand dieser Thesen als Kitsch-Objekt bezeichnen. Er vermittelt die „heile Welt“ und Idylle. Er ist sehr einfach und bietet Ordnung in der Komplexität des eigenen Lebens und der Umwelt. Und auch die These der Erinnerungen an die Zukunft lässt sich gut mit dem Heimatfilm verknüpfen.

Der Anti-Heimatfilm wiederum ist die Kehrseite des Heimatfilms. Wie auch beim Heimatfilm, sind hierbei besonders die Thesen betreffend Kitsch und Horror bzw. Kitsch und Chaos relevant. Der Anti-Heimatfilm nämlich hält sich nicht daran, die „heile Welt“ zu vermitteln oder als Mittel zur Vereinfachung der Komplexität zu agieren. Besonders spannend ist hierbei der von Grimm untersuchte Anti-Kitsch-Effekt, mit dem sich das folgende Kapitel beschäftigt.

5.2.2. Der Anti-Kitsch-Effekt

Für Grimm ist die Emotionalität zu einem Kitsch-Objekt die wichtigste Dimension des Kitsches. Kitsch kann erst dann Gefühle auslösen, wenn man einen persönlichen Bezug herstellen kann. Jürgen Grimm geht davon aus, dass der Kitsch-Mensch¹⁸ an sich nicht existiert. Jeder Mensch ist empfindsam auf Kitsch-Objekte. Dies kann einerseits auf eine kitsch-affine Weise passieren, aber auch mit anderen Gefühlen, wie Scham oder gar Aggression korrelieren. In einer von Jürgen Grimm geführten Untersuchung wurden Probanden Ausschnitte aus der Sendung „Nur die Liebe zählt“ präsentiert. „Ein Teil der Probanden war [...] gerührt [...], ein anderer Teil ist aggressiv geworden. [...] [Es wurde] damit also Aggressionssteigerung gefunden, die [...] bei Gewaltdarstellung nicht“ (Liessmann/Grimm 2012: 9) festgestellt werden konnten. Der Rezipient fühlt sich also sehr wohl vom Kitsch angesprochen, jedoch wehrt er sich gegen dieses Empfinden. Für Liessmann wird diese Reaktion besonders dann hervorgerufen, wenn das Kitsch-Objekt mit einer moralischen Botschaft verknüpft ist (vgl. Liessmann/Grimm 2012: 9). Die „Intensität der Ablehnung [steht] in einem proportionalen Verhältnis dazu, wie stark der Kitsch-Verächter der Rührung durch das Objekt zu erliegen droht“ (Grimm 1998: 342).

5.3. Werteorientierung

Werte sind etwas Abstraktes. Shalom Schwartz beschreibt sie als „desirable, transsituational goals, varying in importance, that serve as guiding principles in people's lives“ (Schwartz 1994: 21). Werte beeinflussen die Bewertung des Individuums seiner Umwelt gegenüber. Werte dienen aber auch zur Integration und zur Orientierung eines Individuums in seiner Umwelt.

Der in dieser Arbeit angewandte Werte-Hierarchie-Tests, der von Jürgen Grimm entwickelt wurde, baut auf dem Moralkonzept von Lawrence Kohlberg auf. Lawrence Kohlberg baute sein Modell in der Tradition von Jean Piagets

¹⁸ Für Hermann Broch ist Kitsch das radikale Gegenteil von Kunst. Kitsch ist so etwas wie die „böse Kunst“ und „wer Kitsch erzeugt, ist nicht einer, der minderwertige Kunst erzeugt, er ist kein Nichts- oder Wenigkönnner, [...] er ist kurzerhand ein schlechter Mensch, er ist ein ethisch Verworfener, ein Verbrecher, der das radikal Böse will. Oder etwas weniger pathetisch gesagt: er ist ein Schwein“ (Broch 1955: 216).

Erkenntnissen zur kognitiven Entwicklung auf. „Da moralisches Denken natürlich auch Denken ist, hängt fortgeschrittenes moralisches Denken von fortgeschrittenem logischen Denken ab“ (Colby/Kohlberg 1986: 142). Kohlberg schuf ein Modell mit drei Hauptniveaus und jeweils 2 Stufen, die aufeinander aufbauen.

Präkonventionelle Ebene	Stufe 1	an Strafe und Gehorsam orientiert
	Stufe 2	an instrumentellen Zwecken und am Austausch orientiert
Konventionelle Ebene	Stufe 3	an interpersonalen Erwartungen, Beziehungen und an Konformität orientiert
	Stufe 4	an der Erhaltung des sozialen Systems orientiert
Postkonventionelle Ebene	Stufe 5	am Sozialvertrag orientiert
	Stufe 6	an universellen, ethischen Prinzipien orientiert

Abbildung 5: Stufen der moralischen Urteilsbildung (eigene Darstellung nach Garz 1996: 55)

Vor Stufe 1 setzt Kohlberg noch die Stufe 0, die die Vorleistung zum moralischen Denken im frühen Kindesalter leistet.

Die **Präkonventionelle Ebene** ist in der Regel für Kinder unter neun Jahren gültig. Stufe 1 ist noch nicht mit aktiver Partizipation verbunden. Es stellt bei Kindern den Beginn dar, sich an vorgegebene Regeln zu halten. In Stufe 2 rücken neben den eigenen Bedürfnissen, auch die der Umwelt in den Mittelpunkt. Die **Konventionelle Ebene** fokussiert im Durchschnitt das Stadium eines Jugendlichen. In Stufe 3 werden die eigenen Bedürfnisse zugunsten der sozialen Harmonie in den Hintergrund gestellt. Die Anerkennung der Gruppe ist für das Individuum bedeutender, als die persönlichen Wünsche. Stufe 4 orientiert sich an den sozialen Ordnungen und am Recht.

Die **Postkonventionelle Ebene** umfasst normalerweise die Gruppe der Erwachsenen. In Stufe 5 rückt die kritische Betrachtung des gesetzlichen Rahmens in den Mittelpunkt des menschlichen Handelns. Stufe 6 stellt universelle Prinzipien der Gerechtigkeit in den Fokus, d.h. das Individuum handelt nach allgemeingültigen ethischen Prinzipien (vgl. Kohlberg 1987: 27ff.).

Kohlbergs Theorie der moralischen Entwicklung wird äußerst kritisch betrachtet. Sie wird sogar teilweise wissenschaftlich gänzlich abgelehnt. Jedenfalls wird sie für überarbeitungswürdig befunden. Einer der Kritikpunkte bezieht sich auf die

fehlende geschlechtsspezifische Sicht. Die Untersuchungen Kohlbergs wurden nur mit männlichen Probanden durchgeführt. Aber auch auf die mangelnde Unterscheidung zwischen *gut* und *gerecht* und *moralischem Urteilen* und *moralischen Handeln* wird hingewiesen. Der letzte Kritikpunkt, auf den im Rahmen dieser Arbeit hingewiesen wird, ist jener der grundlegenden Kritik am Stufenmodell, welches auf fremdbestimmten vormoralischem Denken basiert.

5.4. Nationale Identität

Nationale Identität kann ganz allgemein als „subjektives, emotionales Zugehörigkeitsgefühl zum Nationalstaat bezeichnet werden“ (Allenspach 2010: 99). Die Ausprägung dieses Zugehörigkeitsgefühls kann unterschiedlich sein. „In der Forschung wird daher zwischen ‚positiv, demokratisch erwünschten‘ und ‚negativ, demokratisch unerwünschten‘ Formen nationaler Identifikation unterschieden. Die Bewertung positiv vs. negativ wird dabei vor allem in Hinblick auf den Zusammenhang der nationalen Identität und xenophoben, antisemitischen und islamophoben Einstellungen definiert“ (Kneidinger 2013: 77).

5.4.1. Soziale Identität

Soziale Identität dient in dieser Arbeit als Basis der nationalen Identität. Identität ist ein komplexes Konstrukt, das einerseits das Selbstverständnis eines Menschen, aber auch seine gesellschaftliche Verankerung beinhaltet. Wir haben es also einerseits mit der individuellen Dimension, auch als personale Identität bezeichnet, andererseits mit der Dimension der sozialen Identität zu tun. Die soziale Identität wird vor allem durch Interaktionen mit sozialen Gruppen bestimmt. „Soziale Identität ist Teil des [individuellen] Selbstkonzepts, welches sich aus dem Wissen um die Mitgliedschaft in sozialen Gruppen speist sowie dem eigenen Wert und der emotionalen Bedeutung, mit denen diese Mitgliedschaft besetzt ist. Im Fokus [...] stehen die Auswirkungen der subjektiven Bedeutungen von Gruppenmitgliedschaften, die in einer Gesellschaft gelebt und damit durch persönliche Erfahrungen zur Realität werden“ (Ghaderi 2014: 82).

Nach der Theorie der sozialen Identität von Henri Tajfel und John C. Turner (1979) kann schon alleine die Zugehörigkeit „eines Individuums zu einer Gruppe

dessen systematische Abwertung und diskriminiertes Verhalten gegenüber anderen Gruppen auslösen“ (Ghaderi 2014: 82). Tajfel und Turner haben drei Kernsätze ihrer Theorie zusammengefasst:

1. „Menschen wollen eine positive Selbsteinschätzung erhalten oder herstellen.
2. Menschen leiten einen Teil ihrer Selbsteinschätzung, ihre soziale Identität, aus ihren Gruppenzugehörigkeiten und den Bewertungen dieser Gruppen ab.
3. Die Bewertung einer Gruppe ergibt sich aus dem Vergleich dieser Gruppen mit relevanten anderen Gruppen.“

(Tajfel und Turner 1979, zit. nach. Ghaderi 2014: 82f.)

Gruppen haben einen individuellen Selbstwert. Die Theorie der sozialen Identität ist deshalb als Ausgangspunkt für die Nationale Identität geeignet, da sie sich mit der Unterscheidung von Ingroup und Outgroup beschäftigt. Ebenso wie der in der Untersuchung angewandte Test. Es geht um intergruppale Prozesse. Für die eine Gruppe ist es existenziell, andere Gruppen zu haben. Die Mitglieder der Gruppe müssen die Zugehörigkeit zu einer Gruppe wahrnehmen und sich mit dieser identifizieren.

5.4.2. Nationale Identität

Nationale Identität „stellt einen Teilaspekt der gesamten Identität eines Individuums und eine Subdimension der sozialen Identität dar“ (Gschlad 2009: 44). Wie bei der Sozialen Identität geht es bei der Nationalen Identität um eine Gruppe. Im Falle der Nationalen Identität ist diese eben die Nation. Die Mitglieder erkennen die Nation als eine Gruppe und auch von außen wird sie als solche definiert. Dies passiert ganz einfach durch die Grenzen, die einen Staat umgeben. Die Grundbedingungen einer Sozialen Identität sind somit vorhanden – Zugehörigkeit und Identifizierung mit der Gruppe Nation. Nationale Identität ist also wie die Soziale Identität Teil des individuellen Selbstkonzeptes.

Nationale Identität besteht nach Thomas Blank aus:

- „der Überzeugung, zu welcher Nation ein Individuum angehört,
- dem Grad der Bedeutung, die ein Individuum der Zugehörigkeit beimisst,
- dem Grad mit dem das Individuum die Gruppenkultur internalisiert hat,
- der Relevanz, die die nationale Zugehörigkeit für das Handeln des Individuum hat und
- den Überzeugungen, wie die Mitglieder der Nation diese bewerten“ (vgl. Blank 2002, zit. nach Gschlad 2009: 48).

Nationale Identität ist wesentlich von zwei Dimensionen bestimmt, die sich gegenüber stehen: Nationalismus und Patriotismus¹⁹. Es handelt sich hierbei um zwei Konstrukte, die sich deutlich voneinander unterscheiden. „Während Patriotismus darauf abzielt, die Nation und deren Ziele zu schützen und aufrechtzuerhalten, bedeutet Nationalismus der [sic!] Wunsch nach nationaler Überlegenheit, die Dominanz gegenüber anderen Nationen beinhaltet. Patriotisch eingestellte Personen akzeptieren eine innergesellschaftliche Vielfalt, Personen mit nationalistischen Einstellungen versuchen die Verschiedenheit zu reduzieren“ (Gschlad 2009: 55).

5.4.2.1. Patriotismus

Patriotismus hält das Individuum mit seiner Gruppe und dem Ort zusammen. Es „handelt sich [...] um eine gesellschaftliche Kraft, die nicht nur Identität und Verhalten von Nationsangehörigen formt, sondern auch Intragruppen- und Intergruppenprozesse beeinflusst“ (Gschlad 2009: 54). Es geht aber auch um eine emotionale Bindung des Individuums zu der Nation und seinen Symbolen sowie um die sozialen und gesellschaftlichen Werte der Nation. „Patriotismus

¹⁹ Adorno entwickelte dieses Modell weiter zu einer Ethnozentrismus-Skala. Diese wurde um den Faktor Chauvinismus erweitert. „Zentrales Unterscheidungskriterium zwischen den drei Dimensionen ist dabei, wie sie sich auf die Abwertung von Fremdgruppen auswirken“ (Kneidinger 2013: 77). Kosterman und Feshbach ergänzten die Größen Nationalismus und Patriotismus um die Dimension des Internationalismus und ersetzen damit die Dimension Chauvinismus. In der vorliegenden Forschung basiert nationale Identität auf den Größen Nationalismus, Patriotismus und Kosmopolitismus. Kosmopolitismus wird dabei als die Anschlussfähigkeit der nationalen Ingroup gegenüber der Outgroup definiert. Nationalismus wird als übersteigerter Bezug der nationalen Ingroup definiert, bei dem der Bezug zur Outgroup zeitgleich negativ gestaltet wird und Patriotismus wird durch den Grad der Verbundenheit mit der Ingroup definiert.

beinhaltet immer die Bereitschaft auf einer bestimmten Ebene sich im Namen der Nation aufzuopfern. Verhaltensweisen, die dem Individuum nützen, aber der Nation Schaden zufügen werden unterlassen, Nachteile für das Individuum werden aber hingenommen, wenn es der Nation einen Nutzen bringt“ (Gschlad 2009: 54). Einer der zentralen Punkte des Patriotismus, der ihn von Nationalismus unterscheidet, ist jener, dass Patriotismus dadurch charakterisiert ist, „dass der Einzelne trotz Identifikation eine kritische Distanz zu seiner Nation aufweist und deshalb nicht zu ihrer Idealisierung neigt. [...] Ein so verstandener Patriotismus ist nicht mit der stereotypisierten Abwertung anderer Nationen und innergesellschaftlicher Minderheiten verknüpft [...] und ist Teil der demokratischen Idee“ (vgl. Blank, et al. 1997/Weiss 2004, zit. nach Gschlad 2009: 57).

5.4.2.2. Nationalismus

Der Nationalismus beschäftigt sich nicht nur mit der Ingroup. Die Ingroup wird in Beziehung zu einer Outgroup gesetzt. Die eigene Ingroup wird idealisiert und unkritisch reflektiert. Es findet abwertende Stereotypisierung zugunsten der eigenen Gruppe statt. Nationalismus schafft Feindbilder. Die eigene Nation ist dabei immer positiv bewertet und der Outgroup oder den Outgroups gegenüber überlegen. Es geht also um Homogenisierung, wobei heterogenisierende Elemente zur Outgroup werden und als „gemeinsamer Feind“ innerhalb der Ingroup motivierend, im Sinne der Gemeinschaft wirken.

6. Empirischer Teil

6.1. Methode und Durchführung

In Zusammenarbeit mit Birgit Kretz, die sich in ihrer Arbeit mit den klassischen Heimatfilmen der 1950er Jahre beschäftigte, wurde ein Online-Fragebogen erstellt. Dieser wurde mit Hilfe des standardisierten Umfragetools von Unipark (EFS Survey) angefertigt. Die Kooperation mit Birgit Kretz erfolgte neben der Erstellung des Fragebogens, der Programmierung auf Unipark auch in der Rekrutierung und dem Datenexport in SPSS. Unter dem Link http://ww3.unipark.de/uc/MA_Univie/72e0/ konnte die Befragung von Anfang Dezember 2013 bis Ende Jänner 2014 abgerufen werden. Die Ausfüllzeit des kompletten Fragebogens inkl. Rezeption des darin enthaltenen Videos betrug in etwa 40 Minuten. In die Analyse gingen (nach Überprüfung und Aussortierung von Abbrechern) 182 Samples.

Der Fragebogen²⁰ enthielt Fragen zur allgemeinen Mediennutzung, zur Nutzung österreichischer Film- und Fernsehformate, psychosoziale Tests, einen etwa 15-minütigen Filmausschnitt, Fragen zur Bewertung des Filmausschnitts und demografische Daten. Insgesamt gab es sechs Versionen des Fragebogens. Diese unterschieden sich durch die Filmversionen²¹.

6.1.1. Standardisierte Tests

Betreffend die Messung der psychosozialen Eigenschaften wurde auf standardisierte Tests zurückgegriffen, welche uns von Jürgen Grimm und Christiane Grill zur Verfügung gestellt wurden. Diese waren bereits erprobt und wurden in einigen weiteren Untersuchungen angewandt. Im Folgenden werden diese in der Untersuchung angewendeten Tests näher beschrieben.

²⁰ siehe Anhang

²¹ Birgit Kretz und die vorliegende Forschungsarbeit bildeten jeweils drei Gruppen. Birgit Kretz legte diesen Versionen den Heimatfilm *Heimatland* zugrunde. Diese Arbeit untersuchte die Paradies-Trilogie von Ulrich Seidl. Die Gruppen von Birgit Kretz sind jedoch nicht Teil dieser Arbeit und können in der diesbezüglichen Arbeit nachgelesen werden. Kretz, Birgit: *Der Heimatfilm der Nachkriegszeit. Zuwendungs- und Ablehnungsmotive heute. Magisterarbeit Universität Wien: Wien. 2014.* Im Folgenden wird nur auf die drei Versionen des Anti-Heimatfilms eingegangen.

Vor der in den Fragebogen integrierten Filmvorführung wurden folgende Tests abgefragt:

- Romantik-Affinität vs. Romantik-Aversion
- Werte-Hierarchie-Test
- Dimension nationaler Identität
- Kontrollerwartung
- Sensation Seeking
- Ängstlichkeit

Im Anschluss an die Filmvorführung wurden die Probanden noch um Angaben zu diesen Tests gebeten:

- Involvement
- Narratives Erleben
- Identifikation

Die Reihenfolge ergibt sich aus der im Fragebogen angewendeten Abfolge. Die Tests wurden im Fragebogen nicht gekennzeichnet, beschriftet, o.ä.

6.1.1.1. Romantik-Affinität vs. Romantik-Aversion

Der Test wurde von Jürgen Grimm 2013 im Zuge der Studie „Heilsamer Kitsch. Edukative Effekte der TV-Krankenhausserie ‚Der Bergdoktor‘ auf das Gesundheitsbewusstsein“ entwickelt.

Die Probanden wurden gebeten anzugeben, wie sehr sie auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht) bis 8 (sehr) zu insgesamt 21 Aussagen zustimmten. Die Aussagen wurden anschließend gebündelt und in folgende Gruppen unterteilt:

Romantik-Affinität

Romantik-Affinität meint die Stärke der Verbundenheit und Zustimmung zu Romantik. Hohe Werte zu den diesbezüglichen Aussagen bedeuten, dass die Person eine hohe Affinität zu Romantik hat. Niedrige Werte wiederum bringen eine geringe Romantik-Affinität mit sich.

Romantik-Affinität wird in drei weitere Untergruppen eingeteilt. Diese Gruppen werden im Folgenden mit den dazugehörigen Aussagen des Fragebogens dargestellt.

Harmonieerlebnis

- Romantik ist Balsam für die Seele.
- Heimatfilme vermitteln mir ein Gefühl von Geborgenheit.
- Romantische Gesten sind das Fundament einer guten Beziehung.
- Ich liebe Sonnenuntergänge in der freien Natur.

Tearjerker

- Bei emotionalen Filmszenen fange ich an zu weinen.
- Bei mir muss man nicht lange auf die Tränendrüse drücken.
- Wenn ich andere leiden sehe, werde ich selbst traurig.
- Ich mag traurige Filme.

Liebessehnsucht

- Ich sehne mich nach Liebe und Geborgenheit.
- Die große Liebe bleibt immer ein unerfüllter Traum.
- Manchmal wünsche ich mir, mein Leben wäre so romantisch wie im Liebesfilm.
- Manchmal stelle ich mir vor, mit meinem Traumpartner/in auf einer einsamen Insel zu sein.

Romantik-Aversion

Romantik-Aversion meint die Stärke der Ablehnung von Romantik. Hohe Werte zu den diesbezüglichen Aussagen bedeuten eine hohe Aversion, niedrige Werte eine niedrige Aversion. Folgende Unterteilung wurde getroffen und folgende Aussagen definierten die einzelnen Gruppen:

Anti-Kitsch (emotional)

- Öffentliche Gefühlsausbrüche finde ich unerträglich.
- Kitsch macht mich aggressiv.
- Ich hasse Heimatfilme.
- Gartenzwerge im Blumenbeet finde ich schrecklich!
- Wenn ich mich dabei ertappe, im Kino zu weinen, dann ist mir das peinlich.

Anti-Kitsch (rational)

- Romantikkram ist was für Weicheier.
- Romantische Menschen sind altmodisch.
- Liebesgeschichten finde ich unecht und kitschig.

6.1.1.2. Werte-Hierarchie-Test

„Werte im Sinne des Werte-Hierarchie-Tests (WHT) sind definiert als allgemeine Zielorientierungen von Personen im sozialen Raum, die ihnen helfen, in Konflikt- und Problemsituationen ‚moralisch‘ richtige und sozial akzeptierte Entscheidungen zu treffen“ (Grimm 2006: 47).

Jürgen Grimm entwickelte den in dieser Untersuchung angewandten Test und bildete dafür in Anlehnung an das Moral-Konzept von Lawrence Kohlberg (vgl. Grimm 2006: 47) drei Gruppen, die sich anhand des Bezugs zur Gesellschaft und/oder des Individuums unterscheiden.

Der Test besteht aus 21 Variablen, die jeweils einer der Gruppen zuzuordnen sind. Die Probanden mussten anhand einer Skala von 1 (ganz unwichtig) bis 8 (sehr wichtig) angeben, welche persönliche Relevanz die einzelnen Werte haben.

Gesellschaftswerte

Es handelt sich um Werte, die das Gesamtinteresse von Gesellschaften betreffen. Zusammenhalt, als Sozialwerte, und Struktur und System, als Ordnungswerte, sind die Grundpfeiler dieser Werte (vgl. Grimm 2006: 47). „Die Sozialwerte sind lebensweltlich verwurzelt und bauen auf dem unmittelbaren Miteinander von Personen im Alltagsleben auf. Die Strukturwerte sind für eine legitimierte Ordnung zuständig; sie sind auf der Systemebene angesiedelt und begegnen den Individuen z.B. als Gerechtigkeit oder Sicherheitserfordernis. Sozial- und Strukturwerte können als ‚klassische‘ Moralwerte verstanden werden“ (Grimm 2006: 47f.). Folgende Werte wurden den beiden Untergruppen zugeordnet:

Sozial- und Strukturwerte

- Hilfsbereitschaft/Solidarität
- Vertrauen/Ehrlichkeit
- Harmonie
- Liebe/Zuneigung
- Treue/Verlässlichkeit

Ordnungswerte

- Gerechtigkeit/Fairness
- Sicherheit
- Ordnung
- Recht/Gesetze

Vermittlungswerte zwischen Individuum und Gesellschaft

Es sind hierunter Werte zu verstehen, die zwischen Individuum und Gesellschaft stehen. Sie haben das Ziel einen Ausgleich zwischen individuellem und kollektivem, gesellschaftlichem Interesse zu schaffen. Es handelt sich dabei um folgende Werte:

- Anpassung/Konformität
- Toleranz
- Leistung
- Tradition
- Heimat/Verwurzelung

Individualwerte

„Individualwerte‘ beziehen sich auf die Position des Individuums in der Gesellschaft; sie zielen einerseits auf die Geltungsansprüche des Einzelnen (Selbstverwirklichung) und zum anderen auf den erwarteten Anteil am gesellschaftlichen Reichtum (Gratifikation)“ (Grimm 2006: 48) ab.

Selbstverwirklichungswerte

- Freiheit/Selbstbestimmung
- Macht/Stärke
- Wissen/Fähigkeiten
- Schönheit
- Gesundheit/Fitness

Gratifikationswerte

- Spaß/Genuss
- Stimulation/Abwechslung
- Erfolg/Ansehen
- Wohlstand/Reichtum
- Freizeit

6.1.1.3. Dimension nationale Identität

Dieser Test wurde von Jürgen Grimm, Peter Schmidt und Josef Seethaler 2010 im Rahmen des Projekts „Medien, Patriotismus, Integration“ entwickelt.

Die Dimension Nationale Identität umfasst drei Subdimensionen (Patriotismus, Nationalismus und Kosmopolitismus). Die Probanden mussten zu unterschiedlichen Aussagen angeben, inwieweit diese auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht) bis 8 (voll und ganz) auf sie zutreffen. Wenn in den folgenden Subdimensionen von Ingroup und Outgroup zu lesen ist, ist unter Ingroup in dieser Untersuchung Österreich und die dort lebenden Menschen und unter Outgroup alle andere Nationen zu verstehen.

Patriotismus

Patriotismus wird durch den Grad der Verbundenheit mit der Ingroup definiert. Er wird durch die Stärke des Bezugs zur Ingroup bemessen. Dabei entstehen verschiedene Einheiten, die im Folgenden mit den entsprechenden Aussagen dargestellt werden:

Verbundenheit mit den Menschen

- Ich fühle mich Österreichern nahe.
- Österreichern würde ich immer helfen.

Verbundenheit mit der Landschaft

- Ich liebe die österreichischen Landschaften.
- Am liebsten mache ich Urlaub in Österreich.

Verbundenheit mit nationalen Symbolen

- Wenn ich die österreichische Fahne sehe und die Hymne höre, habe ich ein erhebendes Gefühl.
- Im Ausland mache ich meine Zugehörigkeit zu Österreich gerne durch die Nationalfarben kenntlich.

Verbundenheit mit dem demokratischen System

- Die Demokratie in Österreich liegt mir am Herzen.
- Für den Erhalt der verfassungsrechtlichen Gesetze in Österreich würde ich jederzeit Opfer bringen.

Verbundenheit mit der Geschichte

- Ich fühle mich mit der österreichischen Geschichte im Guten wie im Schlechten verbunden.
- Ich bemühe mich, mit der österreichischen Geschichte in möglichst vielen Details vertraut zu sein.

Verbundenheit mit der Kultur

- Ich fühle mich der österreichischen Kultur in ihrer Tradition und Vielfalt zugehörig.
- Um kulturelle Veranstaltungen in Österreich zu besuchen, ist mir kein Aufwand zu groß.

Verbundenheit mit prominenten Sportlern

- Ich fiebre mit österreichischen Sportlern mit, egal ob sie gewinnen oder verlieren.
- Um die Siege österreichischer Sportler mitzuerleben, sehe ich möglichst viele Sportsendungen an.

Nationalismus

Nationalismus wird als übersteigter Bezug der nationalen Ingroup definiert, bei dem der Bezug zur Outgroup zeitgleich negativ gestaltet wird.

Generalisierte Erhöhung der Ingroup

- So gut wie Österreich ist kein anderes Land.
- Österreicher sind besser als andere Menschen.

Abschottungstendenz gegenüber der Outgroup

- Österreich kommt am besten für sich alleine zurecht.
- Österreich muss sich gegen zu starke Überfremdung zur Wehr setzen.

Gefahr einer möglichen gewaltsamen Eskalation

- Um die nationalen Interessen Österreichs zu wahren, muss man auch bereit sein, Gewalt gegen äußere Feinde anzuwenden.
- Es ist nur recht und billig gegen Leute, die den inneren Frieden in Österreich bedrohen, Zwangsmittel einzusetzen.

Kosmopolitismus

Kosmopolitismus wird als die Anschlussfähigkeit der nationalen Ingroup gegenüber der Outgroup definiert. Es werden drei unterschiedliche Tendenzen aufgewiesen:

Reflexion der Ingroup-Positionen

- Ich denke immer mal darüber nach, was es bedeutet, Österreicher zu sein.
- Im Urlaub merke ich besonders, dass ich Österreicher bin.
- Keine Nation kann sicher sein, das moralisch Gute zu verkörpern.
- Ich bin kritisch gegenüber dem, was in Österreich als Selbstverständlich gilt.

Diversität, im Sinne von Akzeptanz, Toleranz und Wertschätzung gegenüber der Vielfalt von Gruppenbezügen

- Man kann von anderen Nationen viel lernen.
- In Österreich kann es gar nicht genug Vielfalt geben.
- Einwanderer beleben die österreichische Kultur.
- Ich feiere gern mit Angehörigen anderer Nationen.

Globalität

- Ich fühle mich als Weltbürger.
- Im Grunde sind die Menschen aller Nationen gleich.
- Die Menschheit kann nur überleben, wenn sie stärker zusammenrückt.
- Die gegenwärtigen Probleme erzwingen eine enge Zusammenarbeit aller Nationen.

6.1.1.4. Kontrollerwartung

1966 wurde von Julian Rotter das Locus-of-Control-Konzept begründet. Die deutsche daran angelehnte Version wurde 1978 von Edith Rost-Schaude entwickelt.

In Bezug auf unterschiedliche Themengebiete standen den Probanden jeweils 2 Aussagen zur Verfügung, wobei sie sich für jene entscheiden mussten, die auf sie zutraf. Eine der beiden Aussagen deutete jeweils darauf hin, dass die Personen die Ereignisse im Leben selbst bestimmen möchten (internale Kontrollerwartung), die andere, dass Ereignisse im Leben lieber von äußeren Faktoren abhängig gemacht werden (externale Kontrollerwartung). Den Probanden wurde selbstverständlich kein Hinweis darauf gegeben, welche der Aussagen welchem Kontrollerwartungstyp zuzuordnen ist. Die angegebenen Aussagen sind jeweils mit 0 (deutet auf externale Kontrollerwartung) und 1 (deutet auf internale Kontrollerwartung) beziffert.

Innerhalb des Tests wurden zwei Subskalen ermittelt:

Internale Kontrollerwartung im Alltag

„Hohe Werte auf der Skala ‚internale Kontrollerwartung im Alltag‘ bedeuten, dass die Person der Ansicht ist, ihr Alltagsleben in hohem Maße selbst bestimmen zu können. Niedrige Werte verweisen auf eine ‚externale Kontrollerwartung‘, der zufolge sich die Person als fremdbestimmt wahrnimmt, abhängig von äußeren unkontrollierbaren Schicksalsmächten“ (Grimm 2006: 42). Die entsprechenden Aussagen lauteten wie folgt:

0: Vieles Unglück im Leben der Menschen ist zum Teil auf Pech zurückzuführen.

1: Unglück ist die Folge von Fehlern, die man selbst gemacht hat.

1: Es hat sich für mich als gut erwiesen, selbst Entscheidungen zu treffen, anstatt mich auf das Schicksal zu verlassen.

0: Ich habe oft die Erfahrung gemacht, dass die Dinge kommen, wie sie kommen müssen.

0: Es lohnt sich nicht immer, zu weit voranzuplanen, weil viele Dinge schließlich doch vom Zufall abhängen.

1: Wenn ich Pläne mache, bin ich meist sicher, dass ich sie auch verwirklichen kann.

1: Ob ich das bekomme, was ich will, hat bei mir so gut wie nichts mit Glück zu tun.

0: Häufig könnte man Entscheidungen treffen, indem man eine Münze wirft.

Internale Kontrollerwartung in der Politik

„Personen mit hoher ‚interner Kontrollerwartung in der Politik‘ gehen davon aus, dass sie selbst auf politische Vorgänge Einfluss nehmen können [...] Externale Kontrollerwartung in der Politik indiziert umgekehrt politische Fremdbestimmtheit“ (Grimm 2006:42). Die im Test verwendeten Aussagen lauteten:

0: Es wird immer Kriege geben, auch wenn sich die Menschen noch so sehr Mühe geben, sie zu verhindern.

1: Eine der Hauptgründe, warum es Kriege gibt, ist, dass sich Menschen nicht genug um Politik kümmern.

0: Die Welt wird von einigen wenigen Mächtigen beherrscht, der kleine Mann kann nur wenig daran ändern.

1: Auch der Durchschnittsbürger kann Einfluss auf die Entscheidungen der Regierung nehmen.

1: Durch aktive Beteiligung im politischen und gesellschaftlichen Bereich kann man Einfluss nehmen auf Ereignisse von weltweiter Bedeutung.

0: Bei dem, was auf der Welt geschieht, sind die meisten von uns Opfer von Kräften, die wir weder verstehen noch beeinflussen können.

1: Mit genügend Anstrengung kann man politische Korruption ausmerzen.

0: Für den einzelnen ist es schwierig, Einfluss darauf auszuüben, was die Politiker in ihrem Amt leisten.

6.1.1.5. Sensation Seeking

„Das Sensation-Seeking-Konzept charakterisiert Personen, die ständig auf der Suche nach abwechslungsreichen und komplexen Eindrücken, Erfahrungen und Informationen sind, um ihr Erregungsniveau auf einem überdurchschnittlich hohen Niveau zu halten“ (Schweiger 2007: 282). Dies beschreibt den High Sensation Seeker. Er ist risikobereiter und braucht mehr Stimulation, um sein Aktivierungsniveau zu erreichen. High Sensation Seeker bevorzugen eher Filme mit Action, Gewalt und/oder Sex, während Low Sensation Seeker lieber romantische Filme und/oder Komödien bevorzugen.

Die von Jürgen Grimm 1999 entwickelte deutsche Version hat ihren Ursprung in dem Sensation-Seeking-Konzept von Marvin Zuckerman von 1980. Auch in diesem Test standen sich jeweils zwei Aussagen gegenüber, wobei die Probanden sich für jene entscheiden mussten, die am ehesten auf sie zutrifft. Die, in den Dimensionen angegeben entsprechenden Aussagen sind jeweils mit 1 (deutet auf High Sensation Seeker) und 0 (deutet auf Low Sensation Seeker) beziffert. Es wurde dabei auf folgende Dimensionen eingegangen:

Gefahr- und Abenteuersuche (Thrill and Adventure Seeking)

Es handelt sich um die Bereitschaft, angstausslösende Reize, wie Gefahr und Geschwindigkeit zugunsten der Erlebnissuche zu tolerieren. Das heißt, es

werden dabei Risiken übernommen, sofern die Erregung dabei gegenüber der Gefahr dominiert. Risiko und Angst stehen in Korrelation miteinander (vgl. Grimm 2006: 43).

1: Ich würde gerne einen Fallschirmsprung versuchen.

0: Ich würde nie mit einem Fallschirm aus dem Flugzeug springen.

1: Ich mache manchmal gerne Dinge, die ein bisschen angsteinflößend sind.

0: Als vernünftiger Mensch vermeide ich riskante Dinge.

Erfahrungssuche (Experience Seeking)

Unsicherheiten werden bewusst in Kauf genommen, weil dadurch unerwartete Erfahrungen gemacht werden können. So z.B. durch nonkonformistische Lebensstile und Reisen. Es geht um die Erweiterung der Erfahrung und die Erforschung von Neuem (vgl. Grimm 2006: 43).

1: Ich erkunde gerne eine neue Stadt, auch wenn ich mich verirren könnte.

0: An Orten die ich nicht gut kenne, versuche ich mich einer Reisegruppe anzuschließen.

1: Ich mag am liebsten Freundschaften, die einen immer wieder Überraschungen und Aufregungen bringen.

0: Ich bevorzuge Freundschaften die zuverlässig und beständig sind.

Enthemmung (Disinhibition)

Es wird damit eine Person beschrieben, die zu sozial und sexuell enthemmten Verhalten neigt. Dies kann durch unkonventionelle und illegale Erfahrungen, wie bspw. Rauschmittel deutlich gemacht werden. Jedenfalls wird hier ansonsten verschlossenes Erlebnispotenzial entfesselt (vgl. Grimm 2006: 43).

1: Ich liebe ausgelassene, wilde Partys.

0: Ich bevorzuge ruhige Partys mit guten Gesprächen.

1: Ich liebe aufregende und neue Erfahrungen auch wenn sie manchmal unkonventionell oder illegal sind.

0: Ich bin nicht darauf aus, um jeden Preis neue und aufregende Erlebnisse zu haben.

Empfänglichkeit für Langeweile (Boredom Susceptibility)

Es geht um das „Ausmaß der inneren Unruhe [...], das bei reizschwachen Situationen [...] auftritt. [...] Langeweile beinhaltet ein aversives Moment, das in Suche nach starken Reizen umschlägt“ (Grimm 2006: 43). Routine wird hierbei abgelehnt.

0: Es gibt Filme, die ich mir auch ein zweites oder drittes Mal ansehen würde.

1: Meistens langweilt es mich, Filmwiederholungen zu sehen.

0: Überdrehte Menschen nerven mich.

1: Ich kann Langweiler nicht ausstehen.

6.1.1.6. Angstbewältigung (Monitoring/Blunting)

Dieser Test zeigt auf, welche Strategie die Probanden in einer bedrohlichen Situation anwenden. Der im Fragebogen verwendete Test wurde von Suzanne Miller entwickelt. Er enthält ursprünglich vier angenommene, potentiell bedrohliche Situationen. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurden zwei Situationen ausgewählt:

- Stellen Sie sich vor, dass Sie richtig Angst vor dem Zahnarzt/der Zahnärztin haben, aber trotzdem gehen müssen. Wie sehr treffen folgende Aussagen auf Sie zu?
- Stellen Sie sich lebhaft vor, dass es, durch einen großen Einbruch in den Umsätzen, Gerüchte über Entlassungen in Ihrer Abteilung gibt. Ihr Chef/Ihre Chefin hat eine Bewertung Ihrer Arbeit des vergangenen Jahres vorgenommen. Die Entscheidung über Entlassungen wird in ein paar Tagen bekannt gegeben. Wie sehr treffen folgende Aussagen auf Sie zu?

Auf diese Situationen folgten verschiedene Möglichkeiten, wie mit dieser Situation umgegangen werden kann.

Die Teilnehmer des Fragebogens hatten die Aufgabe, auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht) bis 7 (voll und ganz) anzugeben, inwieweit die Aussagen auf sie persönlich zutreffen. Jeweils die Hälfte der Aussagen waren dem Blunting (Informationsvermeidung), die anderen dem Monitoring (Informationssuche) zuzuschreiben.

Situation Zahnarzt

Monitoring

- Ich würde den Zahnarzt ganz genau fragen, was alles gemacht werden muss.
- Ich würde vom Zahnarzt wissen wollen, wann es wehtun wird.
- Ich würde den Zahnarzt ganz genau beobachten und dem Bohrgeräusch zuhören.
- Ich würde das Wasser beobachten, das aus meinem Mund fließt, um zu sehen, ob es blutig ist.

Blunting

- Ich würde vorher etwas trinken oder ein Beruhigungsmittel nehmen.
- Ich würde mir in Gedanken etwas Schönes vorstellen.
- Ich würde versuchen zu schlafen.
- Ich würde in Gedanken Rätsel lösen.

Situation Entlassung

Monitoring

- Ich würde meine Kollegen fragen, ob sie irgendetwas wissen, was mein Chef über mich geschrieben hat.
- Ich würde mir noch einmal meine Stellenbeschreibung durchlesen und überprüfen, ob ich alle Aufgaben erfüllt habe.
- Ich würde versuchen, mich an alle Diskussionen und Streitigkeiten mit meinem Chef zu erinnern, die dazu geführt haben könnten, dass er eine schlechtere Meinung von mir hat.
- Ich würde überlegen, welcher Kollege in meiner Abteilung wohl in den Augen meines Chefs seinen Job am schlechtesten erfüllt hat.

Blunting

- Ich würde ins Kino gehen, um mich von meinen Gedanken abzulenken.
- Ich würde alle Gedanken, entlassen zu werden, aus meinem Kopf verdrängen.

- Ich würde meinem Partner sagen, dass ich meine Chancen entlassen zu werden, lieber nicht diskutieren möchte.
- Ich würde meine Arbeit weiterhin so verrichten, als ob nichts Besonderes passiert wäre.

6.1.1.7. Involvement

Dieser Test wurde von Jürgen Grimm und Bernadette Kneidinger im Rahmen des Experiments „Fiction-Faction“ 2009 entwickelt. Er misst die Intensität des Bezugs zwischen der erzählten Geschichte, also der Filmhandlung und dem Rezipienten und seinem Alltag.

Die Probanden mussten bei unterschiedlichen Aussagen angeben, inwieweit sie diesen auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht) bis 8 (voll und ganz) zustimmten. Der Test beinhaltet folgende Subdimensionen:

Situationsbezogenes Involvement

- Begebenheiten in der Geschichte erinnern mich an meine eigenen Erfahrungen und Erlebnisse.
- Aus manchen Punkten der Geschichte kann ich Anregungen für mein Leben ziehen.
- Bei einigen Situationen in der Geschichte musste ich an Erzählungen von Freunden und Bekannten denken.

Personenbezogenes Involvement

- Einer bestimmten Person in der Geschichte fühle ich mich ziemlich ähnlich.
- Manche Personen in der Geschichte könnten aus meinem Bekanntenkreis stammen.
- Eine Person in der Geschichte bewundere ich ganz besonders.

6.1.1.8. Narratives Engagement

Die Narrative Engagement Scale wurde von Rick Busselle entwickelt. Der in der Arbeit verwendete Test ist eine deutsche Version dieser Skala. Auch bei diesem Test sollten die Teilnehmer des Fragebogens angeben, inwieweit sie den angegebenen Aussagen auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht) bis 8 (voll und ganz) zustimmen. Das Narrative Engagement ist in vier Dimensionen aufgeteilt.

Narratives Verstehen (Narrative Understanding)

- An manchen Stellen fiel es mir schwer zu verstehen, was gerade passiert.
- Ich habe ein unklares Bild von den Figuren.
- Es ist mir schwer gefallen, den roten Faden der Geschichte zu finden.

Aufmerksamkeitsfokus (Attentional Focus)

- Meine Gedanken sind während der Sendung immer wieder abgeschweift.
- Beim Sehen ist mir aufgefallen, dass ich an etwas anderes denke.
- Es ist mir schwer gefallen, meine Gedanken nur auf die Sendung zu richten.

Emotionales Mitleben (Emotional Engagement)

- Die Sendung hat mich gefühlsmäßig berührt.
- Während der Sendung war ich froh, wenn eine Hauptfigur Erfolg hatte, und traurig, wenn ihr etwas Schlechtes passierte.
- Manche Figuren in der Sendung haben mir Leid getan.

Narrative Präsenz (Narrative Presence)

- Während der Sendung war mein Körper im Zimmer, aber mein Geist war inmitten der Welt, die die Geschichte geschaffen hat.
- Die Sendung schuf eine neue Welt für mich, und diese Welt verschwand plötzlich, als die Sendung endete.
- An manchen Stellen der Sendung des Films war mir die Welt der Geschichte näher als die "echte Welt".

6.1.1.9. Identifikation

Bei der Identifikation wurde ermittelt inwieweit sich die Probanden mit den wichtigsten Personen des Films identifizieren konnten. Im Falle der Paradies-Trilogie ging es hierbei um zwei Personen (Teresa und Anna Maria). Die Probanden wurden gebeten auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht) bis 8 (voll und ganz) anzugeben,

- wie sehr sie sich in die Protagonisten hineinversetzen können.
- wie sympathisch die Protagonisten auf sie wirken.
- wie bewundernswert ihnen die Protagonisten vorkamen.

6.2. Sample und Rekrutierung

Die Grundgesamtheit der vorliegenden Untersuchung wurde aus allen deutschsprachigen, onlinefähigen Studierenden österreichischer Universitäten gebildet. Voraussetzung war die jeweilige Plattform zu nutzen, auf der der Hinweis zum Fragebogen gestellt war.

Das Ziel war eine möglichst homogene Stichprobe zu erreichen. Aus diesem Grund sollten in einem ersten Durchlauf Studierende der Sozialwissenschaften an der Universität Wien zum Fragebogen eingeladen werden. Es stellte sich jedoch schnell heraus, dass es gravierende Probleme bei der Erreichung und Rekrutierung der Studierenden sowie eine hohe Abbruchrate des Fragebogens gab. Aus diesem Grund wurde die Stichprobe auf Studierende aller Studienrichtungen erweitert. Dem Problem des Abbruchs setzten Birgit Kretz und ich ein Gewinnspiel entgegen, bei dem es Kinogutscheine zu gewinnen gab. Das entsprechende Feld befand sich am Ende des Fragebogens. Die Studierenden mussten dafür ihre E-Mail-Adresse bekanntgeben.

Es wurden viele Möglichkeiten des Versands des Links, unter dem der Fragebogen zu erreichen war, versucht. Einige konnten jedoch aus unterschiedlichen Gründen, wie etwa Datenschutz, nicht umgesetzt werden. Dies betraf vor allem den Versand über große Studierendenverteiler, wie den der ÖH, der Universität Wien und dem Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften. Erfolgreich konnte der Link inkl. eines Anschreibens über folgende Wege versandt werden:

- Versand am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Wien
 - an den Verteiler „Umfragen für Studierende der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften²²“ durch Ass.-Prof. Dr. Manfred Bobrowsky
 - an Studierende der Lehrveranstaltungen von
 - Univ.-Ass. MMag. Christiane Grill
 - emer. o. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer

²² Die Aufnahme in diesen Verteiler ist über den Zentralen Informatikdienst möglich. Das heißt die Studierenden müssen sich dort aktiv melden.

- emer. Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch
- ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell
- Versand über die soziologische Plattform >SOZIONEXUS< der Studienrichtungsvertretung und Basisgruppe für Soziologie an der Universität Wien
- Versand über die Fachschaft Physik an der Technischen Universität Wien
- Versand an der Filmakademie Wien
- Versand am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft der Universität Klagenfurt
- Universitäre Online-Foren der
 - Studienrichtungsvertretung und Basisgruppe für Soziologie an der Universität Wien; <http://www.bagru.info/forum/>
 - Theater-, Film- und Medienwissenschaften; <http://www.thewi.at/phpbb/>
- Facebook-Seiten
 - Universität Wien, <https://www.facebook.com/univienna>
 - ÖH Uni Wien; <https://www.facebook.com/oehuniwien>
 - Publizistik | Uni Wien; <https://www.facebook.com/publizistikwien>
 - IG Publizistik; <https://www.facebook.com/ig.publizistik>
 - Bagru Soziologie; <https://www.facebook.com/bagru.sociologie>
 - IG Geschichte (Uni Wien); <https://www.facebook.com/IG-Geschichte-Uni-Wien>
 - Basisgruppe Theater-, Film- und Medienwissenschaft; <https://www.facebook.com/Basisgruppe-Theater-Film-und-Medienwissenschaft>
- offene Facebook-Gruppen
 - Studierendenbefragungen Österreich; <https://www.facebook.com/444564485636554>
- geschlossene Facebook-Gruppen²³
 - Soziologie Forum; <https://www.facebook.com/groups/soziologie.univie>

²³ Geschlossene Facebook-Gruppe heißt, dass der Beitritt in diese Gruppe erst nach Bestätigung der Seitenadministratoren möglich ist.

- Publizistik- und Kommunikationswissenschaften;
<https://www.facebook.com/publizistikwien>
- Universität Wien; <https://www.facebook.com/groups/univien>
- Versand an die Mitglieder des Netzwerks Bildungsarchitektinnen mit der Bitte um Weiterleitung an Studierende.

6.3. Kritik an der angewandten Methode und der Rekrutierung

Die angewandte Online-Befragung birgt mehrere Problemfelder in sich. Das größte Problem der vorliegenden Arbeit lag in der Kontrolle der Situation des Ausfüllens. Es ist zum einen weder überprüfbar, wer den Fragebogen tatsächlich ausfüllt, noch ob er wahrheitsgemäß ausgefüllt wurde:

Die Befragung richtete sich, wie bereits erwähnt, an Studierende. Jedoch wurde der Link in unterschiedlichen Foren online gestellt. Somit kann nicht ausgeschlossen werden, dass auch Personen, die nicht studieren oder ihr Studium bereits abgeschlossen haben, den Fragebogen ausgefüllt haben. Da der Link jedoch ausschließlich im universitären Bereich bereitgestellt wurde, kann das Risiko der „universitätsfremden“ Personen zumindest gering gehalten werden.

Weiters ist die vollständige Kontrolle der Rezeption des Filmausschnitts nicht möglich. Die Überprüfung ist einzig und allein über die Ausfülldauer der einzelnen ausgefüllten Fragebögen durchführbar. Man kann jedoch nicht ausschließen, dass der Film vielleicht in Abwesenheit des Probanden lief. Ebenso kann nicht ausnahmslos davon ausgegangen werden, dass der Film von jeder Person tatsächlich von Anfang bis Ende gesehen wurde.

Auch die bereits erwähnte Erweiterung der Stichprobe ist kritisch zu betrachten. Jedoch wurde nach Versand am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft kein repräsentativer Rücklauf erreicht. Aus diesem Grund musste die Stichprobe auf deutschsprachige Studierende an österreichischen Universitäten erweitert werden. Sonst hätte die Untersuchung aufgrund einer zu geringen Teilnehmerzahl nicht stattfinden können.

Ein weiteres Problem war die Länge des Fragebogens. Der Probedurchlauf des Fragebogens, der von Birgit Kretz und mir gemacht wurde, ergab, dass ein konzentriertes, wahrheitsgemäßes Ausfüllen des Fragebogens etwa 40 Minuten

dauerte. Dies hatte zur Folge, dass wir durch die überdurchschnittlich lange Dauer mit einer hohen Abbruchquote konfrontiert wurden. Der Fragebogen wurde von insgesamt 697 Personen aufgerufen, jedoch füllten ihn nur 185 Personen vollständig aus. Daraus ergibt sich eine Beendigungsquote von lediglich 26,54%. Von diesen 185 Personen mussten nach Datenbereinigung weitere drei eliminiert werden, da in diesen Fällen die Bearbeitungszeit so gering war, dass davon ausgegangen werden konnte, dass der Film nicht oder nur teilweise gesehen wurde.

Trotz der Vielzahl an Problemfeldern muss festgehalten werden, dass die Methode der Online-Befragung für die vorliegende Untersuchung die bestmögliche war. Eine kontrollierte Filmvorführung wäre eine Alternative gewesen. Hierbei hätten sich jedoch andere und/oder zusätzliche Probleme ergeben, vor allem in der Rekrutierung. Die gewählte Methode ist die organisatorisch am geringsten aufwendigste, flexibelste und kostengünstigste. Daher wurde sie im Rahmen dieser Arbeit als das geeignetste Verfahren der quantitativen Datenerhebung befunden.

6.4. Filmversionen

Für die vorliegende Arbeit wurden Filmszenen aus Ulrich Seidls Paradies-Trilogie aus den Jahren 2012 und 2013 verwendet. Die Inhalte der Filme wurden bereits in Kapitel 4 erläutert. Version 1 und 2 bestand aus Szenen der Filme Paradies: Liebe und Paradies: Glaube. Für Version 3 wurde zusätzlich Paradies: Hoffnung verwendet.

Alle drei Versionen sind durch Konflikte bestimmt. Die Darstellung von Konflikt haben also alle drei gemeinsam, ebenso den kritischen Umgang mit gesellschaftlichen Zuständen und Problemen. Version 1 legt den Fokus allein auf den Konflikt, Version 2 ergänzt den Konflikt um Ironie und Version 3 um Ironie und Landschaft

An Version 1 nahmen 25 Probanden teil, an Version 2 ebenfalls 25, an Version 3 27. Insgesamt sahen somit 77 Personen die Ausschnitte aus Ulrich Seidls Paradies-Trilogie. Die restlichen 105 der insgesamt 182 Personen sahen Ausschnitte aus dem Heimatfilm *Heimatland*, mit dem sich Birgit Kretz in ihrer Arbeit beschäftigte. Auf die unterschiedliche Probandenanzahl konnten wir

keinen Einfluss nehmen. Die Ausschnitte wurden nach dem Zufallsprinzip vorgeführt.

6.4.1. Version 1

Version 1 dauert 15:02 Minuten. Es werden darin zwei Geschichten erzählt. Einerseits die Geschichte von Teresa im Urlaub in Kenia und andererseits die Geschichte ihrer Schwester Anna Maria, die ihren Urlaub in Österreich verbringt.

Teresa betritt zu Beginn mit vollbepackten Einkaufstüten eine Wohnanlage um anschließend mit ihrer Schwester und ihrer Tochter auf der Terrasse Kuchen zu essen. Danach packt Teresa in einem kahlen Zimmer ihre Koffer, um in den Urlaub nach Kenia zu fliegen. Dort angekommen landet sie in einem Urlaubsareal, das von



Abbildung 6: Teresa Version 1 (Quelle: DVD Paradies: Liebe)

bewaffneten Männern bewacht wird. Der Reisebus „Comfort Safari“ lässt sie und die anderen Touristen an einem Hotel aussteigen. Dort werden sie von volkstümlich gekleideten afrikanischen Frauen singend und tanzend begrüßt. In ihrem Zimmer angekommen ruft Teresa ihre Tochter an und beschwert sich während des Gesprächs über die unerträgliche Hitze. Danach macht sie sich auf den Weg zum Strand. Dieser hat eine strikte Trennlinie. Auf einer Erhöhung liegen Touristen auf für sie bereitgestellten Liegen. Unten am Wasser warten die afrikanischen „Beach Boys“ auf eben diese Touristen (vgl. Abb. 6).

Teresa ist ständig alleine – am Pool, in ihrem Zimmer, in Gasthäusern. Ihre Tochter geht nicht ans Telefon, auch nicht an Teresas Geburtstag. Teresa ist ihr Unglück darüber ins Gesicht geschrieben, sie erfreut sich auch nicht mehr an der anfänglich noch so schön beschriebenen Landschaft. Teresa ist einsam.

Nun beginnt Anna Marias Geschichte. Anna Maria tritt in einem dunklen, altmodischen Raum auf. In diesem Zimmer hängt, ein Kreuz und über dem Schreibtisch ein Bild von Jesus (vgl. Abbildung 7). Anna Maria bittet Jesus ihr



Abbildung 8: Anna Maria Version 1 (Quelle: DVD Paradies: Glaube)

Opfer (die Selbstgeißelung) anzunehmen und damit sexbesessene Menschen von ihrer Sünde zu befreien. Sie trifft sich danach mit ihrer Gebetsgruppe (vergleiche Version 2).

Anna Maria macht sich gemeinsam mit ihrer „Wander-Mutter-Gottes“²⁴ auf die Mission Österreich wieder

katholisch zu machen. Dafür klopft sie an vielen Wohnungstüren. Aus der ersten Wohnung wird sie sofort hinausgeschmissen, in die nächste Wohnung wird sie hineingelassen. Sie trifft dort auf eine junge alkoholisierte Frau in einer verdreckten Wohnung. Die Frau spricht Deutsch mit russischem Akzent. Anna Maria möchte ihr einen Rosenkranz schenken, denn wenn sie diesen betet, braucht die junge Frau nach Aussage Anna Marias „keinen Wodka und kein Bier mehr“. Als sich Anna Maria nach der Herkunft der Frau erkundigt, ergibt sich eine impulsive Diskussion. Die Frau fragt Anna Maria scharf, was sie das denn angehe, sie sei in Österreich geboren und damit sei die Herkunft ihrer Vorfahren irrelevant. Die Diskussion wird über Werte, Familie und Religion fortgeführt. Anna Maria kommt wieder nach Hause und geht ihrem katholischen Fanatismus auf unterschiedliche Weise nach: Sie rutscht auf Knien betend durch die Wohnung, sie küsst das auf ihrem Nachttisch stehende Bild von Jesus und verbringt schließlich sogar eine Liebesnacht mit dem an der Wand hängenden gekreuzigten Jesus (vgl. Abb. 8).



Abbildung 7: Anna Maria Version 1 (Quelle: DVD Paradies: Glaube)

Version 1 legt den Fokus auf die Darstellung von Konflikten. Die Konflikte ergeben sich aus konträren Kulturen und unterschiedlichen Werteorientierungen. Die Diskussionen und dargestellten Konflikte handeln von Toleranz und Akzeptanz gegenüber anderen Kulturen.

²⁴ Anna Maria trägt eine etwa 50 cm große Mutter Gottes aus Holz mit sich, die sie nicht gläubigen Menschen schenken oder leihen möchte.

6.4.2. Version 2

Die zweite Version hat eine Dauer von 13:52 Minuten. Bei der ersten Szene handelt es sich um die Nachmittagskaffeeszene der 3 Frauen aus Version 1. Danach sieht man Teresa in einem Touristenbus sitzen. Schnell wird klar, dass sich Teresa nun im Urlaub befindet. Die Touristen lernen auf der Fahrt die wichtigsten suahelischen Worte, die ihnen der Touristenführer erklärt. Diese sind



Abbildung 9: Teresa Version 2 (Quelle: DVD Paradies: Liebe)

„Jambo“, was „Hallo“ und „Hakuna Matata“, was „Es gibt keine Probleme“ bedeutet. Dies alles geschieht, kurz bevor die Touristen in einen von bewaffneten Männern abgesperrten Urlaubsbereich gebracht werden. In der Folge sieht man Teresa und ihre dort

gewonnene Freundin im vermeintlichen Urlaubsparadies und im Dialog mit Einheimischen. In der in Abbildung 9 dargestellten Szene unterhalten sich die beiden Österreicherinnen mit dem kenianischen Barkeeper und wollen ihm zuerst österreichische Begriffe, wie „Speckschwartl“ oder „Blunzngröstl“ beibringen. Der Barkeeper versteht die beiden nicht. Trotzdem wiederholt er die Worte zur Belustigung der beiden Damen. Im Anschluss daran eröffnet Teresa dem Mann, dass er aussieht „like the Meinl-Face in Austria“. Teresa lernt später einen kenianischen Mann kennen. Er spielt ihr die große Liebe vor, möchte aber eigentlich nur ihr Geld. Teresa lässt sich vollkommen auf ihn ein – emotional und sexuell. Sie verbringt viel Zeit mit diesem Mann. Als er sie schließlich um Geld bittet, bröckelt langsam ihre Vorstellung von der großen Liebe. Teresa sucht Abstand und wird zunehmend einsamer. Am Tag ihres Geburtstags sitzt sie alleine im Hotelzimmer und versucht ihre Tochter zu erreichen, die sich schon seit längerer Zeit nicht mehr meldet. Jedoch vergeblich. Teresa bleibt alleine. Damit endet die Geschichte von Teresa in dieser Version.

Nach einem kurzen Gebet, um die von Sex besessenen und sündigen Menschen zu erlösen, geißelt sich Anna Maria selbst. Danach fährt sie bei starkem Wind

und Regen in die Stadt und versucht dort mit ihrer mobilen Mutter Gottes Menschen zum Glauben zu bewegen. Ihre erste Station ist bei einem Mann, von dem man nur die Stimme hört. Er spricht gebrochenes Deutsch. Anna Maria bietet ihm die Mutter Gottes an, „damit es ihm in Österreich wieder besser geht.“ Er wirft sie hinaus. Danach steht sie im Wohnzimmer eines älteren Ehepaares und versucht diesem klarzumachen, dass Jesus auch für deren Sünden gekreuzigt wurde. Auch die beiden haben kein offenes Ohr für Anna Marias Worte. Von der gescheiterten Mission wieder zu Hause angekommen, rutscht



Abbildung 10: Anna Maria Version 2 (Quelle: DVD Paradies: Glaube)

Anna Maria Opfer bringend und betend auf ihren Knien durch die Wohnung um sich anschließend mit der „Speerspitze des rechten Glaubens“ (vgl. Abb. 10) zu einem gemeinsamen Gebet zu treffen.

„Himmlicher Jesus, wir schwören dir unsere Liebe. [...] Wir schwören dir unsere Treue bis in den Tod. [...]. Wir schwören dir, dass Österreich wieder katholisch wird.“²⁵

Anna Maria bekommt daraufhin Besuch von ihrem muslimischen Mann. Dieser war lange fort. Woher er kommt erfährt man nicht. Jedenfalls sitzt er im Rollstuhl und Anna Maria ist über seine Rückkehr nicht erfreut. Es beginnt ein erbitterter Kampf um Religion und Macht, den Anna Marias Ehemann zugunsten Jesus verliert. Denn der im Zimmer aufgehängte Jesus ist es, den Anna Maria am Ende ins Bett mitnimmt.

Version 2 legt den Fokus auf die Darstellung von Ironie, Konflikt und Kritik. Die Komik der gezeigten Szenen ergibt sich aus den in der Version gezeigten Gesprächen, in denen unterschiedliche Kulturen (österreichisch – kenianisch, katholisch – nicht katholisch) aufeinandertreffen und die Gegensätze dieser bis ins Absurde überzeichnet werden. Darin liegt aber auch der dargestellte Konflikt. Die starke bildliche Sprache, die gewisse Situationen vollkommen überzeichnet, wirkt durch eben diese Übertreibung kritisch.

²⁵ Auszug aus dem Film Paradies: Glaube, der in Version 2 ab Minute 10:57 verwendet wurde.

6.4.3. Version 3

Version 3 hat eine Länge von 14:23 Minuten. Es ist dies die einzige Version, die auch einen Fokus auf die Darstellung von Landschaft legt. Daher sind nur in dieser Version Szenen aus Paradies: Hoffnung enthalten. Denn dieser Film setzte auf landschaftliche Darstellungen. Landschaft ist hier jedoch nicht mit Idylle versehen, wie etwa Berge in klassischen Heimatfilmen. Landschaft wirkt hier bedrückend und/oder beengend. Auch heißt es nicht, dass nur Natur zu sehen ist. Denn auch die Autobahn und ihre Grünflächen (vgl. Abb. 11) ist mit der Darstellung von Landschaft gemeint.



Abbildung 11: Landschaft Version 3 (Quelle: DVD Paradies: Hoffnung)

Zu Beginn sieht man ein Auto auf einer Wiese neben einer Autobahn stehen. Das Auto ist schwarz, die Landschaft grau, der weiße Aufkleber mit A für Austria, der auf dem Auto klebt, ist deutlich zu erkennen. Genau dieses Auto fährt in der nächsten Szene durch einen Wald, in dem der Nebel sehr tief hängt. Man hört keine Geräusche, wie etwa Vögel, nur das Motorgeräusch des Autos. Nun wird Teresa gezeigt, als sie die langen verwinkelten Wege ihrer Wohnhausanlage zu Fuß entlang geht. Auch in dieser Version wird die Szene des gemeinsamen Kuchenessens auf der Terasse, inmitten von hohen Nadelbäumen verwendet. Danach fährt ein Auto in Serpentina einen Berg hinauf. In diesem Auto sitzen Anna Maria und Melanie, während Teresa zu Hause ihren Koffer packt um nach Kenia zu fliegen. Es folgt die Szene im Reisebus, indem der Touristenführer die wichtigsten suahelischen Worte erklärt. Und auch das Gespräch, bei dem Teresa und ihre Freundin dem



Abbildung 12: Melanie Version 3 (Quelle: Paradies: Hoffnung)

Barkeeper österreichische Begriffe näherbringen, wird in dieser Version gezeigt.

Nun wird der Fokus auf Melanie, Teresas Tochter, gelegt. Diese verbringt ihren Urlaub in einem abgelegenen Dorf, um dort

ein „Diätcamp“ zu absolvieren. Dabei lernt sie auch das dörfliche Nachtleben kennen. In einer Disco wird sie von zwei jungen Männern beobachtet, die auf die Ferne die äußerliche Erscheinung von Melanie und ihrer Freundin auf sehr derbe und niedere Weise beurteilen (vgl. Abb 12).

Zuletzt tritt auch noch Anna Maria ins Bild als sie mit vollbepackten Tüten ein Einkaufszentrum verlässt, vor dem reger Verkehr herrscht. Autos und Busse fahren permanent, doch sind dabei nicht besonders laut. Es wird nicht gehupt oder gesprochen. Anna Maria begibt sich in einen Park, der viel Grün zu bieten hat. Nachdem sie sich auf einer Parkbank ausgeruht hat, geht sie nach Hause. Es ist dort alles sehr ordentlich aufgeräumt, sogar ihre Einkaufstüte legt Anna



Abbildung 13: Anna Maria Version 3 (Quelle: DVD Paradies: Glaube)

Maria zusammen und verstaut sie im Schrank. Anschließend wird Anna Maria bei einem umfangreichen Wohnungsputz begleitet. Diesen schließt sie mit einem Gebet und Liebesbekundungen an Jesus ab,

die von ihrem Gesang unterstützt werden (vgl. Abb. 13). Anna Maria macht sich daraufhin mit der Schnellbahn auf den Weg in das Zentrum der Stadt. Die mobile Mutter Gottes hat sie wieder mit dabei und hält diese wie ein Baby im Arm. Im weiteren Verlauf der Geschichte wird Anna Maria bei ihrer Mission, die Menschen zur Kirche zu bekehren, begleitet. Der Fokus liegt in dieser Version auf der Darstellung der Wohnhäuser, in denen Anna Maria unterwegs ist. Es sind Altbauten, die verkommen und unordentlich sind. Auch die von ihr besuchte Wohnung ist völlig unordentlich und schmutzig. Sie trifft in dieser Wohnung auf einen Mann, mit dem sie gemeinsam das *Vater Unser* betet.

Version 3 zeigt nebn den Konnflikten, auch Landschaft und Ironie. Wobei mit Landschaft nicht nur die Darstellung von Natur gemeint ist, sondern auch jene von urbanen Szenen. Es gibt hier Bilder aus Österreich und aus Kenia. Die gezeigte österreichische Landschaft wirkt einsam. Verkehr und Natur treffen aufeinander. Der Straßenverkehr wirkt wie ein Eindringling in die Natur. Es ist stets nur ein Auto zu sehen, das in einem ruhigen Umfeld fährt. Ausnahme bietet

eine Szene, die in vor dem Einkaufszentrum spielt. Hier sind viele Autos zu sehen. Es herrscht trotzdem kein Lärm. Und so ist es auch in der Natur. Es wird auf jegliche Naturgeräusche verzichtet. So gibt es im Wald bspw. keine Vögel die zwitschern. Es ist komplett ruhig. Das einzige Geräusch ist der Motor des Autos. Der Reisebus in Afrika hingegen ist umringt von anderen Verkehrsteilnehmer, es wird gehupt, es ist laut. Teresa ist dort immer umgeben von Menschen. Auch wenn diese nicht mit ihr sprechen. Natur trifft auf die Stadt in unterschiedlichen Regionen. Auch in dieser Version wird wie in Version 2 die Ironie durch die Überzeichnung dargestellt. Es werden tragische Figuren dargestellt. Dies aber in einer so intensiven Weise, dass es unreal und überzogen wirkt und somit ins Komische abdriftet.

7. Beschreibung der Stichprobe – soziodemographische Merkmale

Von 697 Personen, die den Fragebogen aufrufen, haben ihn 185 Personen zu Ende ausgefüllt. Von diesen 185 mussten jedoch weitere drei Personen aus der endgültigen Stichprobe genommen werden, da aufgrund der zu geringen Bearbeitungszeit davon ausgegangen werden konnte, dass die Personen den Film nicht oder nur teilweise gesehen haben. Die Stichprobe setzt sich somit aus 182 Personen zusammen.

Die folgenden Tabellen zeigen, wie sich die Stichprobe grundsätzlich demografisch darstellt und wie sich die demografischen Daten in Bezug zum Antiheimatfilm-Konsum verhalten.

N=182		Absolut	Prozent
Geschlecht	männlich	47	25,8%
	weiblich	135	74,2%
Alter	18 - 22 Jahre	46	25,3%
	23 - 26 Jahre	42	23,1%
	27 - 30 Jahre	54	29,7%
	31 Jahre und älter	40	22,0%
Familienstand	Verheiratet	20	11,0%
	In fester Partnerschaft, unverheiratet	102	56,0%
	Ohne feste Partnerschaft	60	33,0%

Tabelle 2: Demographische Merkmale

N=182		Prozent	Absolut
Studienrichtung	Publizistik	38	20,9%
	Soziologie	38	20,9%
	Theaterwissenschaft	8	4,4%
	Psychologie	5	2,7%
	Sprachstudium	5	2,7%
	Pädagogik/ LA-Studien	10	5,5%
	Andere Sozial- und Geisteswissenschaften	7	3,8%
	Kunst	12	6,6%
	Technische Studien	11	6,0%
	Medizin	6	3,3%
	Filmakademie	7	3,8%
	Andere Studienrichtungen	12	6,6%
	Keine Angabe	23	12,6%

Tabelle 3: Demographische Merkmale – Studienrichtung

N=182		AHF-Seher		AHF-Verweigerer	
		Absolut	Prozent	Absolut	Prozent
Geschlecht	männlich	31	66,0%	16	34,0%
	weiblich	80	59,3%	55	40,7%
Alter	18 - 22 Jahre	26	56,5%	20	43,5%
	23 - 26 Jahre	28	66,7%	14	33,3%
	27 - 30 Jahre	32	59,3%	22	40,7%
	31 Jahre und älter	25	62,5%	15	37,5%
Familienstand	Verheiratet	13	65,0%	7	35,0%
	In fester Partnerschaft, unverheiratet	62	60,8%	40	39,2%
	Ohne feste Partnerschaft	36	60,0%	24	40,0%
Studienrichtung	Publizistik	24	63,2%	14	36,8%
	Soziologie	23	60,5%	15	39,5%
	Theaterwissenschaft	5	62,5%	3	37,5%
	Psychologie	3	60,0%	2	40,0%
	Sprachstudium	5	100,0%	0	0,0%
	Pädagogik/ LA-Studien	5	50,0%	5	50,0%
	Andere Sozial- und Geisteswissenschaften	3	42,9%	4	57,1%
	Kunst	7	58,3%	5	41,7%
	Technische Studien	8	72,7%	3	27,3%
	Medizin	4	66,7%	2	33,3%
	Filmakademie	3	42,9%	4	57,1%
	Andere Studienrichtungen	5	41,7%	7	58,3%
	Keine Angabe	16	69,6%	7	30,4%
Gesamtsumme		111	61,0%	71	39,0%

Tabelle 4: Demographische Merkmale und Antiheimatfilm-Konsum

Auffallend ist die deutliche Überzahl an weiblichen Probanden, die knapp $\frac{3}{4}$ der Befragten ausmachen. Dies kann jedoch damit zusammenhängen, dass die stark vertretenen Studienrichtungen dieses Fragebogens²⁶, jedoch auch andere weniger stark vertretene wie Theater-, Film- und Medienwissenschaft,

²⁶ Publizistik ist mit 21,6% und Soziologie mit 20,7% vertreten.

Psychologie, Sprachen, Pädagogik, etc. zu jeweils knapp 70% von Frauen absolviert werden²⁷.

Es ließen sich keine signifikanten Unterschiede im Anti-Heimatfilmkonsum bezüglich der demographischen Merkmale feststellen. Generell überwiegen die Anti-Heimatfilm-Seher in allen angeführten Kategorien. Nur in einigen (schwach vertreten) Studienrichtungen konnten die Anti-Heimatfilm-Verweigerer überwiegen bzw. waren ausgeglichen (Pädagogik, andere Sozial- und Geisteswissenschaften, Filmakademie, andere Studienrichtungen). Durch die geringe Fallzahl dieser Studienrichtungen kann jedoch keine sinnvolle Interpretation gemacht werden.

Auffallend ist, dass die Altersgruppen sehr ausgewogen vertreten sind. Die Anzahl der Studierenden jedoch nimmt mit dem Alter ab (vgl. Tabelle 5). Es sei daher noch einmal darauf hingewiesen, dass davon ausgegangen werden muss, dass auch Personen, die nicht (mehr) studieren, den Fragebogen ausgefüllt haben.

Altersklasse Studierende	Ordentliche Studierende - Absolut		
	Frauen	Männer	Gesamt
18-22 Jahre	22.478	10.048	32.526
23-25 Jahre	12.948	7.374	20.322
26-29 Jahre	9.297	6.437	15.734
30-39 Jahre	7.252	5.701	12.953
40 Jahre und älter	3.469	2.848	6.317
Gesamt	55.444	32.408	87.852

Tabelle 5: Ordentliche Studierende der Universität Wien nach Altersklassen (Quelle: uni:data)

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass betreffend den Antiheimatfilm-Konsum insgesamt die Antiheimatfilm-Seher gegenüber den Antiheimatfilm-Verweigerern in der Überzahl sind. 111 Personen haben angegeben Anti-Heimatfilme zu sehen, das sind 60,98% aller Befragten.

²⁷ Die Bachelorstudien teilen sich folgendermaßen auf: Publizistik (71,2% Frauenanteil), Soziologie (63,1% Frauenanteil), Theater-, Film- und Medienwissenschaft (71,4% Frauenanteil), Psychologie (67,9% Frauenanteil), Musik- und Sprachwissenschaft (59,9% Frauenanteil), Pädagogik, nunmehr Bildungswissenschaft (86,9% Frauenanteil) (vgl. Universität Wien: Gender im Fokus 2013). Die Masterstudien in den entsprechenden Studienrichtungen zeigen ein ähnliches Bild.

N=182		Absolut	Prozent
Nationalität	Österreich	149	81,9%
	Deutschland	14	7,7%
	Andere Nation	19	10,4%
Bundesland Herkunft	Wien	52	28,6%
	Niederösterreich	23	12,6%
	Burgenland	7	3,8%
	Steiermark	15	8,2%
	Kärnten	9	4,9%
	Oberösterreich	43	23,6%
	Salzburg	6	3,3%
	Tirol	3	1,6%
	Vorarlberg	2	1,1%
	nicht in Österreich aufgewachsen	22	12,1%
Einwohner Herkunftsort	Bis 5.000	50	27,5%
	Bis 10.000	14	7,7%
	Bis 50.000	35	19,2%
	Bis 100.000	7	3,8%
	Über 100.000	76	41,8%

Tabelle 6: Herkunft

Der Großteil der Befragten ist österreichischer Nationalität. Über ein Viertel der Befragten stammt dabei aus Wien und $\frac{3}{4}$ der Befragten aus einer Ortschaft mit mehr als 100.000 Einwohnern. Da einige Bundesländer mit nur einer sehr geringen Anzahl vertreten sind, fasst folgende Tabelle die Angaben der Bundesländer (ausgenommen Wien) zusammen.

N=182		Absolut	Prozent
Herkunft	Wien	52	28,6%
	restl. Bundesländer	108	59,3%
	Ausland	22	12,1%
Herkunft	Stadt	83	45,6%
	Land	99	54,4%

Tabelle 7: Herkunft zusammengefasst

Die Verteilung zwischen Stadt und Land ist relativ ausgewogen. Stadt wurde als eine Ortschaft mit mehr als 50.000 Einwohnern definiert. Land wiederum als eine Ortschaft mit weniger oder gleich 50.000 Einwohnern.

In Bezug auf den Ani-Heimattfilmkonsum zeigen sich folgende Ergebnisse.

N=182		AHF-Seher		AHF-Verweigerer	
		Absolut	Prozent	Absolut	Prozent
Nationalität	Österreich	88	59,1%	61	40,9%
	Deutschland	9	64,3%	5	35,7%
	Andere Nation	14	73,7%	5	26,3%
Bundesland Herkunft	Wien	30	57,7%	22	42,3%
	Niederösterreich	16	69,6%	7	30,4%
	Burgenland	5	71,4%	2	28,6%
	Steiermark	9	60,0%	6	40,0%
	Kärnten	6	66,7%	3	33,3%
	Oberösterreich	25	58,1%	18	41,9%
	Salzburg	4	66,7%	2	33,3%
	Tirol	0	0,0%	3	100,0%
	Vorarlberg	1	50,0%	1	50,0%
	nicht in Österreich aufgewachsen	15	68,2%	7	31,8%
Einwohner Herkunftsort	Bis 5.000	31	62,0%	19	38,0%
	Bis 10.000	9	64,3%	5	35,7%
	Bis 50.000	20	57,1%	15	42,9%
	Bis 100.000	5	71,4%	2	28,6%
	Über 100.000	46	60,5%	30	39,5%

Tabelle 8: Herkunft und Anti-Heimatkonsum

N=182		AHF-Seher		AHF-Verweigerer	
		Absolut	Prozent	Absolut	Prozent
Herkunft	Wien	30	57,7%	22	42,3%
	restl. Bundesländer	66	61,1%	42	38,9%
	Ausland	15	68,2%	7	31,8%
Herkunft	Stadt	51	61,4%	32	38,6%
	Land	60	60,6%	39	39,4%

Tabelle 9: Herkunft zusammengefasst und Anti-Heimatkonsum

Der Anteil der Anti-Heimatkonsum-Seher gegenüber den Anti-Heimatkonsum-Verweigerern überwiegt in etwa mit der durchschnittlichen Quote der Anti-Heimatkonsum-Seher (Durchschnitt: 61%) Die einzige Ausnahme bilden die Bundesländer Tirol und Vorarlberg. Es handelt sich dabei jedoch um sehr geringe Fallzahlen (Tirol: 3 Probanden, Vorarlberg: 2 Probanden). Daher wurde auch eine zusammengefasste Tabelle (vgl. Tabellen 7 und 9) der Herkunft angewendet. Hierbei zeigt sich, dass es weder bei Personen, die in Wien aufgewachsen sind und Personen, die aus den anderen österreichischen Bundesländern oder dem Ausland kommen, noch bei Personen, die am Land oder in der Stadt aufgewachsen sind signifikante Unterschiede gibt. Bei jenen Probanden, die nicht österreichischer Nationalität sind ist der Anteil der Anti-Heimatkonsum-Seher etwas höher (73,7%). Dies trifft auch auf Personen zu, die nicht

in Österreich aufgewachsen sind (68,2%). Insgesamt konnten in den entsprechenden Chi²-Tests keine signifikanten Unterschiede in der Grundgesamtheit festgestellt werden.

Abschließend wurde die Stichprobe noch hinsichtlich des aktuellen Wohnortes und der politischen Orientierung untersucht.

N=182		Absolut	Prozent
Bundesland aktuell	Wien	145	79,7%
	Niederösterreich	13	7,1%
	Burgenland	2	1,1%
	Steiermark	6	3,3%
	Kärnten	0	0,0%
	Oberösterreich	8	4,4%
	Salzburg	1	0,5%
	Tirol	1	0,5%
	Vorarlberg	0	0,0%
	nicht in Österreich	6	3,3%
Bundesland aktuell	Wien	145	79,7%
	restl. Bundesländer	31	17,0%
	Ausland	6	3,3%

Tabelle 10: Aktueller Wohnort

N=182		AHF-Seher		AHF-Verweigerer	
		Absolut	Prozent	Absolut	Prozent
Bundesland aktuell	Wien	84	57,9%	61	42,1%
	Niederösterreich	9	69,2%	4	30,8%
	Burgenland	2	100,0%	0	0,0%
	Steiermark	6	100,0%	0	0,0%
	Kärnten	0	0,0%	0	0,0%
	Oberösterreich	5	62,5%	3	37,5%
	Salzburg	1	100,0%	0	0,0%
	Tirol	0	0,0%	1	100,0%
	Vorarlberg	0	0,0%	0	0,0%
	nicht in Österreich	4	66,7%	2	33,3%
Bundesland aktuell Zusammenfassung	Wien	84	57,9%	61	42,1%
	restl. Bundesländer	23	74,2%	8	25,8%
	Ausland	4	66,7%	2	33,3%

Tabelle 11: Aktueller Wohnort und Anti-Heimattfilmkonsum

Etwa 80% aller Befragten wohnen derzeit in Wien. Dementsprechend gering sind die Fallzahlen der anderen Bundesländer. Drei Bundesländer haben nur Anti-Heimattfilm-Seher und keine Anti-Heimattfilmverweigerer. Da es in zwei der Fällen (Burgenland und Salzburg) jedoch nur 2 bzw. 1 Probanden gab, ist eine nähere

Interpretation nicht sinnvoll²⁸. In der zusammengefassten Aufteilung (Wien, restliche Bundesländer, Ausland) zeigt sich, dass in Wien etwas weniger Anti-Heimafilm-Seher als im Durchschnitt (der bei 61% liegt) gibt. Der Anteil der Anti-Heimafilm-Seher aus den restlichen Bundesländern liegt dafür um einiges höher. Der Chi²-Test zeigt jedoch auch hier, dass in der Grundgesamtheit kein tatsächlicher Unterschied im Anti-Heimafilm-Konsum besteht.

N=182		Absolut	Prozent
Politische Orientierung	keine Angabe	1	0,5%
	links	148	81,3%
	mitte/eher rechts	33	18,1%

Tabelle 12: Politische Orientierung

N=182		AHF-Seher		AHF-Verweigerer	
		Absolut	Prozent	Absolut	Prozent
Politische Orientierung	keine Angabe	0	0,0%	1	100,0%
	links	92	62,2%	56	37,8%
	mitte/eher rechts	19	57,6%	14	42,4%

Tabelle 13: Politische Orientierung und Anti-Heimafilmkonsum

81% der Befragten gaben an, sich politisch links zu orientieren. Interessant ist, dass sich die Quote der Anti-Heimafilm-Seher bei der politisch linken Orientierung bzw. mitte/eher rechts nicht stark unterscheidet. Und das obwohl politische Parteien, die mitte/eher rechts stehen, unter anderem das konservativ-bürgerliche Lager beinhalten und somit nicht unbedingt zu den erwarteten Anti-Heimafilm-Sehern zählen. Doch auch hier konnte in der Grundgesamtheit durch den Chi²-Test kein tatsächlicher Unterschied ($p=0,404$) festgestellt werden.

7.1. Zusammenfassung

Die Stichprobe hat keine signifikanten Unterschiede des Anti-Heimafilmkonsums in Bezug auf demographische Daten ergeben. Auch die Herkunft lässt keine Rückschlüsse auf den Konsum oder Nicht-Konsum von Anti-Heimafilmen zu. Lediglich betreffend den aktuellen Wohnort lässt sich sagen, dass hierbei die Bundesländer (ohne Wien) einen etwas höheren Anteil an Anti-Heimafilm-Sehern haben. Dies ist vor allem hinsichtlich der Anti-Kitsch-These von Jürgen

²⁸ Dies gilt auch für die 100% Quote des Anti-Heimafilm-Verweigerers in Tirol.

Grimm interessant. Der Anti-Kitsch-Effekt tritt umso intensiver auf, umso stärker er eine emotionale Verbundenheit des Rezipienten hervorruft. Die Komplexität, die Unsicherheiten und die Radikalität des Anti-Heimatfilms scheinen somit vor allem Personen emotional zu berühren, die nicht aus Wien, der Großstadt Österreichs, stammen. Es muss jedoch betont werden, dass anhand des Chi²-Tests kein signifikanter Unterschied des Anti-Heimatfilmkonsums zwischen Personen aus der Stadt und Personen vom Land festgestellt werden konnte. Überraschend ist, dass die politische Orientierung keinen signifikanten Einfluss auf den Konsum oder Nicht-Konsum des Anti-Heimatfilms hat.

8. Mediennutzung

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit der allgemeinen Mediennutzung der Probanden sowie mit deren Nutzung unterschiedlicher explizit österreichischer Formate.

8.1. Allgemeine Mediennutzung

N=182	Mittelwert (in Stunden)
TV/Video (einschl. Teletext)	8,34
Radio	5,41
Tageszeitung	2,22
Zeitschriften/Illustrierte/Wochenzeitung	1,32
Buch	5,25
Computer (ohne Internet)	9,25
Internet	18,38

Tabelle 14: Wöchentliche Mediennutzung in Stunden

Das meistgenutzte Medium der Probanden ist mit knapp 18,4 Stunden pro Woche das Internet. Am wenigsten werden Zeitschriften, Illustrierte und Wochenzeitungen genutzt. Ihnen kommt ein wöchentlicher Wert von 1,32 Stunden zu. Die Nutzung des Fernsehens/Videos liegt mit wöchentlich 8,34 Stunden auf Platz 3 hinter dem Computer ohne Internet mit 9,25 Stunden pro Woche. Fernsehen spielt somit eine deutlich weniger wichtige Rolle bei der Mediennutzung als das Internet.

Für den vorhandenen Fernsehkonsum sind folgende Nutzungsfaktoren relevant:

N=182	Mittelwert
Ich bin interessiert an Fernsehunterhaltung.	4,54
Ich bin interessiert an Fernsehinformation.	4,90
Skala 1-7, 1=gar nicht, 7=sehr stark	

Tabelle 15: TV-Interesse allgemein

N=182	Mittelwert
Ich sehe fern um abzuschalten.	4,62
Ich sehe fern um Informationen zu bekommen.	4,52
Ich sehe fern um meine Stimmung zu verbessern.	3,32
Ich sehe fern aus Gewohnheit.	3,64
Skala 1-7, 1=nie, 7=immer	

Tabelle 16: TV-Nutzungsmotive allgemein

Sowohl Fernsehunterhaltung als auch Fernsehinformation spielen eine Rolle. Mit einem Mittelwert von 4,90 auf einer Skala von 1 (gar nicht) und 7 (sehr stark) ist das Interesse an Fernsehinformation etwas höher als das der Fernsehunterhaltung mit einem Mittelwert von 4,54.

„Ich sehe fern um abzuschalten“ ist das wichtigste Fernsehnutzungsmotiv. „Ich sehe fern um Informationen zu bekommen“ ist in Tabelle 16 etwas niedriger bewertet als in Tabelle 15. Die Motive der Gewohnheit und der Verbesserung der Stimmung spielten für die Befragten einen geringeren Wert.

8.2. Nutzung österreichischer Formate

Der Fragebogen enthielt eine Auswahl der wichtigsten österreichischen Formate. Erwähnt werden muss, dass es ähnliche Formate auch außerhalb Österreichs gibt. Daher wurden zur Orientierung und besseren Verständlichkeit jeweils 2-3 Beispiele aus Österreich angegeben (vgl. Beschriftung der Tabellen 17-21). Die Probanden sollten angeben, wie häufig sie alte Heimatfilme, kritische Heimatfilme, idyllische Heimatserien, österreichische Krimiserien, Komödien aus Österreich, Dramen aus Österreich und österreichische Dokumentarfilme konsumieren. Auf den Konsum der alten und kritischen Heimatfilme wird im nachfolgenden Kapitel eingegangen.

N=182	Absolut	Prozent
Nie	171	94,0
1 - 2 mal pro Monat	8	4,4
1 mal pro Woche	1	0,5
2 - 4 mal pro Woche	2	1,1
5 mal und mehr pro Woche	0	0

Tabelle 17: Nutzung: Idyllische Heimatserien (Der Bergdoktor, Ein Schloss am Wörthersee usw.)

N=182	Absolut	Prozent
Nie	116	63,7
1 - 2 mal pro Monat	47	25,8
1 mal pro Woche	17	9,3
2 - 4 mal pro Woche	1	0,5
5 mal und mehr pro Woche	1	0,5

Tabelle 18: Nutzung: Österreichische Krimiserien (SOKO Donau/Kitzbühel, Kottan ermittelt usw.)

N=182	Absolut	Prozent
Nie	52	28,6
1 - 2 mal pro Monat	120	65,9
1 mal pro Woche	8	4,4
2 - 4 mal pro Woche	2	1,1
5 mal und mehr pro Woche	0	0

Tabelle 19: Nutzung: Komödien aus Österreich (Muttertag, Komm süßer Tod usw.)

N=182	Absolut	Prozent
Nie	83	45,6
1 - 2 mal pro Monat	94	51,6
1 mal pro Woche	4	2,2
2 - 4 mal pro Woche	1	0,5
5 mal und mehr pro Woche	0	0

Tabelle 20: Nutzung: Dramen aus Österreich (Atmen, Die Klavierspielerin usw.)

N=182	Absolut	Prozent
Nie	50	27,5
1 - 2 mal pro Monat	119	65,4
1 mal pro Woche	8	4,4
2 - 4 mal pro Woche	4	2,2
5 mal und mehr pro Woche	1	0,5

Tabelle 21: Nutzung: Österreichische Dokumentarfilme (We feed the world, Plastic Planet usw.)

Idyllische Heimatserien werden von 171 Befragten nie genutzt und haben mit einem Prozentwert von 94,0 den höchsten Anteil an Nichtsehern/Verweigerern. Doch auch österreichische Krimiserien werden von vielen der Befragten (63,7%) nie gesehen. Österreichische Dramen werden immerhin von 45,6% der Befragten nie konsumiert. Österreichische Dokumentarfilme und Komödien werden von jeweils etwa einem Viertel der Befragten nie konsumiert. Der Anteil der Verweigerer österreichischer Formate ist somit relativ hoch und liegt im Gesamtdurchschnitt bei 51,87%.

Bei den Sehern österreichischer Formate überwiegt mit großem Abstand jeweils die Nutzung von 1-2mal pro Monat. Eine häufigere Nutzung ist bei allen Formaten sehr gering. Die Ausnahme bilden österreichische Krimiserien mit einem Prozentanteil von 9,3 bei der Nutzung des Formats einmal pro Woche.

8.3. Allgemeiner Anti-Heimatfilmkonsum

N=182	Absolut	Prozent
Nie	71	39,0%
1 - 2 mal pro Monat	106	58,2%
1 mal pro Woche	4	2,2%
2 - 4 mal pro Woche	1	0,5%
5 mal und mehr pro Woche	0	0,0%

Tabelle 22: Anti-Heimatfilmkonsum

39% der Teilnehmer haben angegeben nie Anti-Heimatfilme zu konsumieren. Die restlichen 61% der Befragten sehen zum Großteil 1-2mal pro Monat einen Anti-Heimatfilm. Vier Personen (2,2%) sehen sich einmal in der Woche einen Anti-Heimatfilm an und lediglich eine Person hat einen ausgeprägten Anti-Heimatfilmkonsum in der Höhe von 2-4-mal pro Woche. Es gibt niemanden der 5mal und mehr pro Woche einen Anti-Heimatfilm konsumiert.

Anhand dieser Auswertung wurde die Unterscheidung zwischen Anti-Heimatfilm-Sehern (N=111) und Anti-Heimatfilm-Nichtsehern (N=71) getroffen.

Zum Vergleich ist in Tabelle 23 die Nutzungshäufigkeit des Heimatfilms angegeben. Es ist ein deutlicher Unterschied in der Unterteilung zwischen Heimatfilm-Sehern (N=31) und Heimatfilm-Nichtsehern (N=151) im Vergleich zu den Anti-Heimatfilm-Sehern (N=111) und Anti-Heimatfilm-Nichtsehern (N=71) zu erkennen.

N=182	Absolut	Prozent
Nie	151	83,0%
1 - 2 mal pro Monat	30	16,5%
1 mal pro Woche	0	0,0%
2 - 4 mal pro Woche	1	0,5%
5 mal und mehr pro Woche	0	0,0%

Tabelle 23: Heimatfilm-Konsum

8.3.1. Anti-Heimatfilm: Zuwendungs- und Ablehnungsmotive

Welche Beweggründe haben die Befragten, sich Anti-Heimatfilmen zuzuwenden bzw. sie abzulehnen? Diese Frage soll anhand der folgenden Tabellen geklärt werden.

N=111	Mittelwert
Ich sehe Anti-Heimatfilme ...	
um mich zu entspannen.	1,91
um mich abzulenken.	1,96
um mich zu unterhalten.	2,92
aus Gewohnheit.	1,67
aus Langeweile.	1,76
weil mir die Charaktere sympathisch sind.	2,51
weil ich mich mit den Charakteren identifizieren kann.	2,36
weil ich die Landschaften mag.	2,14
weil ich die Geschichten spannend finde.	3,86
weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein.	3,25
weil mich die Filme zum Lachen bzw. Weinen bringen.	2,92
Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu	

Tabelle 24: Zuwendungsmotive Anti-Heimatfilm

N=71	Mittelwert
Ich sehe keine Anti-Heimatfilme ...	
weil ich generell keine kritischen Filme mag.	1,68
weil mir die Charaktere unsympathisch sind.	2,15
weil die Filme zu modern sind.	1,66
weil die Filme nicht romantisch sind.	1,62
weil ich die Landschaftsaufnahmen nicht mag.	1,77
weil ich mich nicht mit den Charakteren identifizieren kann.	2,39
weil ich nichts für kritische Geschichten übrig hab.	1,70
weil die Filme auch die negativen Seiten zeigen.	1,61
weil mich die Filme emotional nicht ansprechen.	2,65
Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu	

Tabelle 25: Ablehnungsmotive Anti-Heimatfilm

Die höchste Zustimmung, erfuhren die Items „...weil ich die Geschichten spannend finde.“ und „...weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein.“ Der Authentizitätsanspruch des Anti-Heimatfilmes wird somit den Zuwendungsmotiven der Zuschauer gerecht.

Die Grundvoraussetzung der Fernsehnutzung des bereits erläuterten Modells der analogisch-konfrontierender und kontrastiv-kompensierender Programmbindung von Jürgen Grimm ist eine hohe emotionale Disposition. Das stärkste Ablehnungsmotiv der Anti-Heimatfilm-Verweigerer ist demnach passend „...weil mich die Filme emotional nicht ansprechen.“ Die Zuwendungsmotive

(„...weil ich die Geschichten spannend finde“, „...weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein“) bergen hingegen eine emotionale Disposition zum Anti-Heimatsfilm in sich. Und auch die Identifikation und das Hineinfühlen in einen Charakter oder die Geschichte kann eine emotionale Empfänglichkeit für den Film mit sich bringen. Wie später noch zu sehen sein wird, ist vor allem das narrative Engagement bei den gezeigten Filmausschnitten eher hoch.

8.3.2. Anti-Heimatsfilm-Seher und Anti-Heimatsfilm-Verweigerer – Fernsehverhalten

Die Tabellen zeigen welche unterschiedlichen Rollen die Motive des Interesses an Fernsehen sowie der Fernsehnutzung bei Anti-Heimatsfilm-Sehern und Anti-Heimatsfilm-Verweigerern spielen.

N=182	AHF-Seher (N=111)	AHF-Verweiger (N=71)	t-Test	Gesamt
Ich bin interessiert an Fernsehunterhaltung	4,40	4,75		4,54
Ich bin interessiert an Fernsehinformation	4,93	4,85		4,90
Mittelwert Skala 1-7, 1=gar nicht, 7=sehr stark ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 26: TV-Interesse AHF-Seher und AHF-Verweigerer

N=182	AHF-Seher (N=111)	AHF-Verweiger (N=71)	t-Test	Gesamt
Ich sehe fern um abzuschalten	4,61	4,62		4,62
Ich sehe fern um Informationen zu bekommen	4,51	4,52		4,52
Ich sehe fern um meine Stimmung zu verbessern	3,34	3,30		3,32
Ich sehe fern aus Gewohnheit	3,68	3,58		3,64
Mittelwert Skala 1-7, 1=gar nicht, 7=sehr stark ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 27: TV-Nutzung AHF-Seher und AHF-Nichtseher

Mittels t-Test für unabhängige Stichproben konnten keine signifikanten Unterschiede im Fernsehverhalten zwischen Anti-Heimatsfilm-Sehern und Anti-Heimatsfilm-Verweigerern festgestellt werden. Bei beiden Gruppen überwiegt das Interesse an Information ein wenig mehr. Gesamt lässt sich jedoch sagen, dass sowohl die Fernsehunterhaltung als auch die Fernsehinformation eine Rolle spielt.

Die wichtigsten Motive der Fernsehnutzung sind „Ich sehe fern um abzuschalten.“ und „ich sehe fern um Informationen zu bekommen.“ Auch hier

konnte kein signifikanter Unterschied zwischen Anti-Heimattfilm-Sehern und Anti-Heimattfilm-Verweigerern festgestellt werden.

8.3.3. Anti-Heimattfilm-Seher und Anti-Heimattfilm-Verweigerer – Nutzung österreichischer Formate

Tabelle 28 zeigt die detaillierte Unterscheidung in der Nutzung österreichischer Formate zwischen Anti-Heimattfilm-Sehern und Anti-Heimattfilm-Verweigerern. Zur besseren Übersicht wurden die Ergebnisse in Tabelle 29 zusammengefasst. Dabei wurden die Angaben des Konsums (von 1-2mal pro Monat bis 5mal und mehr pro Woche) zusammengezählt.

N=182		AHF-Seher (N=111)	AHF-Verweiger (N=71)
Nutzung: Alte Heimatfilme (50er bis 70er Jahre; Echo der Berge, Der Hofrat Geiger, Sissi usw.)	nie	75,7%	94,4%
	1 - 2 mal pro Monat	23,4%	5,6%
	1 mal pro Woche	0,0%	0,0%
	2 - 4 mal pro Woche	0,9%	0,0%
	5 mal und mehr pro Woche	0,0%	0,0%
Nutzung: Idyllische Heimatserien (Der Bergdoktor, Ein Schloss am Wörthersee usw.)	nie	94,6%	93,0%
	1 - 2 mal pro Monat	3,6%	5,6%
	1 mal pro Woche	0,0%	1,4%
	2 - 4 mal pro Woche	1,8%	0,0%
	5 mal und mehr pro Woche	0,0%	0,0%
Nutzung: Österreichische Krimiserien (SOKO Donau/Kitzbühel, Kottan ermittelt usw.)	nie	60,4%	69,0%
	1 - 2 mal pro Monat	27,9%	22,5%
	1 mal pro Woche	9,9%	8,5%
	2 - 4 mal pro Woche	0,9%	0,0%
	5 mal und mehr pro Woche	0,9%	0,0%
Nutzung: Komödien aus Österreich (Muttertag, Komm süßer Tod usw.)	nie	11,7%	54,9%
	1 - 2 mal pro Monat	80,2%	43,7%
	1 mal pro Woche	6,3%	1,4%
	2 - 4 mal pro Woche	1,8%	0,0%
	5 mal und mehr pro Woche	0,0%	0,0%
Nutzung: Dramen aus Österreich (Atmen, Die Klavierspielerin usw.)	nie	19,8%	85,9%
	1 - 2 mal pro Monat	75,7%	14,1%
	1 mal pro Woche	3,6%	0,0%
	2 - 4 mal pro Woche	0,9%	0,0%
	5 mal und mehr pro Woche	0,0%	0,0%
Nutzung: Österreichische Dokumentarfilme (We feed the world, Plastic Planet usw.)	nie	13,5%	49,3%
	1 - 2 mal pro Monat	79,3%	43,7%
	1 mal pro Woche	3,6%	5,6%
	2 - 4 mal pro Woche	3,6%	0,0%
	5 mal und mehr pro Woche	0,0%	1,4%
Anzahl in Prozent			

Tabelle 28: Nutzung österreichischer Formate AHF-Seher und AHF-Nichtseher

N=182	AHF-Seher (N=111)	AHF-Verweiger (N=71)	Chi ²	Gesamt
Alte Heimatfilme	24,3%	5,6%	***	17,0%
Idyllische Heimatserien	5,4%	7,0%		6,0%
Österreichische Krimiserien	39,6%	31,0%		36,3%
Komödien aus Österreich	88,3%	45,1%	***	71,4%
Dramen aus Österreich	80,2%	14,1%	***	54,4%
Österreichische Dokumentarfilme	86,5%	50,7%	***	72,5%
Anzahl in Prozent Skala 1-5, 1 =nie, 2=1-2 mal pro Monat, 3=1 mal pro Woche, 4=2-4 mal pro Woche, 5=5 mal und mehr pro Woche angegeben sind die zusammengefassten Werte 2-5 ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 29: Nutzung österreichischer Formate AHF-Seher und AHF-Nichtseher zusammengefasst

Es konnten höchst signifikante Unterschiede in der Nutzung österreichischer Genres zwischen Anti-Heimatfilm-Sehern und -Verweigerern festgestellt werden. Anti-Heimatfilm-Seher sehen sowohl alte Heimatfilme ($p=0,005$), Komödien aus Österreich ($p=0,000$) als auch Dramen aus Österreich ($p=0,000$) und österreichische Dokumentarfilme ($p=0,000$) öfter. Besonders stark macht sich dieser Unterschied bei den österreichischen Dramen bemerkbar (80,2% zu 14,1%).

8.3.4. Zusammenfassung

Knapp $\frac{2}{3}$ der Befragten geben an Anti-Heimatfilme zu konsumieren. Der größte Teil der Anti-Heimatfilm-Seher konsumiert diese 1-2mal pro Woche. Lediglich 2,7% aller Befragten nutzen Anti-Heimatfilme häufiger. Es gibt deutlich mehr Anti-Heimatfilm-Seher als Heimatfilm-Seher (17%).

Authentizität ist den Anti-Heimatfilm-Sehern besonders wichtig. Dies wird an den am höchsten bewerteten Zuwendungsmotiven („...weil ich die Geschichten spannend finde.“ und „...weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein.“) deutlich. Für Anti-Heimatfilm-Verweigerer spielt die fehlende Emotionalität eine wichtige Rolle.

Das Fernsehverhalten von Anti-Heimatfilm-Sehern und Anti-Heimatfilm-Verweigerern unterscheidet sich nicht voneinander und entspricht jeweils in etwa dem Gesamtergebnis der Befragten.

Hochsignifikante Unterschiede zwischen Anti-Heimatsfilm-Sehern und Anti-Heimatsfilm-Verweigerern sind in der Rezeption österreichischer Formate festzustellen. Alle österreichischen Genres (ausgenommen idyllische Heimatsserien) werden mit einem hoch signifikanten und teils enormen Unterschied häufiger von Anti-Heimatsfilm-Sehern als von Anti-Heimatsfilm-Verweigerern konsumiert. Anti-Heimatsfilm-Seher konsumieren somit nicht nur den Anti-Heimatsfilm, sie sehen generell eher österreichische Produktionen als Anti-Heimatsfilm-Verweigerer.

9. Anti-Heimatsfilmkonsum und Romantik-Affinität bzw. -Aversion

Grundsätzlich wurden bei diesem Test zwei unterschiedliche Typen der Einstellung zu Romantik ermittelt: Romantik-Affinität und Romantik-Aversion. Die beiden Typen bestehen aus Unterkategorien (Romantik-Affinität: Harmonieerlebnis, Tearjerker, Liebessehnsucht; Romantik-Aversion: Anti-Kitsch (emotional), Anti-Kitsch (rational)).

Den Unterkategorien wurden Items zugeteilt und daraus ein Summenindex erstellt. Dieser Index wurde in Prozentwerte umgerechnet. Zur Errechnung des Romantik-Typs wurde schließlich auch ein Gesamtwert der beiden Romantik-Typen gebildet und jener der Romantik-Aversion von jenem der Romantik-Affinität subtrahiert. Ergab die errechnete Summe ein positives Ergebnis, wurde der Proband als Person mit Romantik-Affinität beschrieben. Bei einem Ergebnis von gleich oder geringer als 0 wurde die Person als romantikaversiv charakterisiert.

Zusätzlich wurden die Romantik-Typen in starke und schwache Romantik-Affinität bzw. Romantik-Aversion eingeteilt. Hierzu wurde jeweils der Median²⁹ der Variablen Zust%: Romantik-Affinität und Zust%: Romantik-Aversion berechnet (Romantik-Affinität: 46,43, Romantik-Aversion: 28,57). Dadurch wurden Personen, die bei Romantik-Affinität eine Zustimmung bis inklusive 47% aufwiesen, als Personen mit niedriger Romantik-Affinität und jene mit einer Zustimmung ab 48% als Personen mit hoher Romantik-Affinität klassifiziert. Bei der Romantik-Aversion wurden Personen mit einem Zustimmungswert bis inkl.

²⁹ Der Median scheint im Gegensatz zum Mittelwert als geeignetere Methode, da die Stichprobe recht gering ist. Bei der Verwendung des Mittelwerts wären die einzelnen Gruppen sehr klein.

29% als Personen mit niedriger Romantik-Aversion und jene mit einer Zustimmung ab 30% als Personen mit hoher Romantik-Aversion klassifiziert.

N=182		AHF-Seher	AHF-Verweigerer	Anova	Gesamt
Romantik-Typ	Romantik-Affinität	47,3 %	31,3%		78,6%
	Romantik-Aversion	13,7%	7,7%		21,4%
Anzahl in Prozent ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1					

Tabelle 30: Romantik-Typ allgemein

Wie in Tabelle 30 ersichtlich, ist die große Mehrheit der Probanden romantikaffin. Es gibt jedoch keinen signifikanten Unterschied des Romantiktyps zwischen Anti-Heimatsfilm-Sehern und Heimatsfilm-Verweigerern ($p=0,653$). Sowohl Anti-Heimatsfilm-Seher als auch Anti-Heimatsfilm-Verweigerer sind zum Großteil romantikaffine Personen.

N=182	starke Romantik-Aversion	schwache Romantik-Aversion	Chi ²	Gesamt
starke Romantik-Affinität	21,5%	28,1%		49,5%
schwache Romantik-Affinität	25,8%	24,7%		50,5%
Gesamt	47,3 %	52,7%		100%
Anzahl in Prozent ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 31: Romantik-Typ Intensität

Durch die Aufteilung der Intensität der Romantik-Affinität bzw. Romantik-Aversion, ist es möglich, zu erkennen, ob es Personen gibt, die in ihrer Neigung zur Romantik-Affinität und -Aversion ein „zwiegespaltenes“ Verhältnis haben. Das heißt, ob und wieviele Personen es gibt, die bspw. sowohl eine starke Aversion als auch Affinität gegenüber Romantik haben, oder andersrum eine jeweils niedrige Aversion sowie Affinität.

H1a: Personen mit schwacher Romantik-Affinität und starker Romantik-Aversion sind eher Anti-Heimatsfilm-Seher als Anti-Heimatsfilm-Verweigerer.

H1b: Personen mit starker Romantik-Affinität und starker Romantik-Aversion sind eher Anti-Heimatsfilm-Seher als Anti-Heimatsfilm-Verweigerer.

N=182			starke Romantik-Aversion	schwache Romantik-Aversion	Chi²	Gesamt
starke Romantik-Affinität	AHF-Seher		14,8%	15,9%		30,7%
	AHF-Verweigerer		6,6%	12,1%		18,7%
schwache Romantik-Affinität	AHF-Seher		14,8%	15,4%		30,2%
	AHF-Verweigerer		11,1%	9,3%		20,4%
Anzahl in Prozent ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1						

Tabelle 32: Romantik-Typ Intensität AHF-Konsum

Es gibt keine signifikanten Unterschiede ($p=0,926$ bzw. $0,112$) hinsichtlich der Intensität der Romantik-Affinität bzw. Aversion zwischen Anti-Heimattfilmsehern und Anti-Heimattfilm-Verweigerern. Trotzdem der Anti-Heimattfilm nicht durch Romantik gekennzeichnet ist, ist die Affinität zu Romantik nicht für einen weniger intensiven oder andersrum ist die Aversion zu Romantik nicht für einen Mehr-Konsum des Anti-Heimattfilms verantwortlich. Somit wird in den folgenden Tabellen nicht näher auf eine starke oder schwache Affinität bzw. Aversion zu Romantik eingegangen³⁰.

Nachstehende Tabelle zeigt die Nutzungshäufigkeit von kritischen Heimattfilmen unterschieden nach Romantik-Typ. Doch auch hier konnte kein signifikanter Unterschied ermittelt werden ($p=0,505$). Die Einstellung zur Romantik beeinflusst demnach nicht den Konsum oder die Verweigerung von Anti-Heimattfilmen. Die diesbezüglichen Hypothesen müssen somit verworfen werden.

N=182		Romantik-Affinität	Romantik-Aversion	Chi²	Gesamt
Kritische Heimatfilme	nie	39,9%	35,9%		39,0%
	1 - 2 mal pro Monat	58,0%	59,0%		58,2%
	1 mal pro Woche	1,4%	5,1%		2,2%
	2 - 4 mal pro Woche	0,7%	0,0%		0,5%
	5 mal und mehr pro Woche	0,0%	0,0%		0,0%
Anzahl in Prozent					
*=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1					

Tabelle 33: Romantiktyp Nutzungshäufigkeit AHF

³⁰ Auch die Untersuchung hinsichtlich des Heimattfilm-Konsums und der Intensität der Affinität bzw. Aversion brachte keine signifikanten Ergebnisse.

H1c: Personen mit Romantik-Affinität bzw. Romantik-Aversion unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Zuwendungs- und Ablehnungsmotive.

N=111	Romantik-Affinität	Romantik-Aversion	Anova	Gesamt
Ich sehe Anti-Heimatfilme ...				
um mich zu entspannen.	1,87	2,04		1,91
um mich abzulenken.	1,92	2,12		1,96
um mich zu unterhalten.	2,90	3,00		2,92
aus Gewohnheit.	1,62	1,84		1,67
aus Langeweile.	1,72	1,88		1,76
weil mir die Charaktere sympathisch sind.	2,49	2,60		2,51
weil ich mich mit den Charakteren identifizieren kann.	2,30	2,56		2,36
weil ich die Landschaften mag.	2,20	1,92		2,14
weil ich die Geschichten spannend finde.	3,79	4,12		3,86
weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein.	3,22	3,36		3,25
weil mich die Filme zum Lachen bzw. Weinen bringen.	2,93	2,88		2,92
Mittelwert Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 34: Romantiktyp Zuwendungsmotive AHF

N=71	Romantik-Affinität	Romantik-Aversion	Anova	Gesamt
Ich sehe keine Anti-Heimatfilme ...				
weil ich generell keine kritischen Filme mag.	1,72	1,50		1,68
weil mir die Charaktere unsympathisch sind.	2,12	2,29		2,15
weil die Filme zu modern sind.	1,70	1,50		1,66
weil die Filme nicht romantisch sind.	1,60	1,71		1,62
weil ich die Landschaftsaufnahmen nicht mag.	1,77	1,79		1,77
weil ich mich nicht mit den Charakteren identifizieren kann.	2,39	2,43		2,39
weil ich nichts für kritische Geschichten übrig hab.	1,74	1,57		1,70
weil die Filme auch die negativen Seiten zeigen.	1,65	1,43		1,61
weil mich die Filme emotional nicht ansprechen.	2,65	2,64		2,65
Mittelwert Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 35: Romantiktyp Ablehnungsmotive AHF

Sowohl bei den Motiven der Zuwendung zum Anti-Heimatfilm, als auch bei den Motiven der Ablehnung gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen romantikaffinen und romantikaversiven Personen. Auch diese Hypothese muss daher verworfen werden.

H1d: Es gibt Unterschiede in der Bewertung des Anti-Heimatfilms zwischen Personen mit Romantik-Affinität und Personen mit Romantik-Aversion.

Wir wollen uns nun noch die Bewertung des Anti-Heimatfilms sowie der einzelnen Filmversionen ansehen und untersuchen, ob es hierbei einen zu beobachtenden Unterschied zwischen romantikaffinen und romantikaversiven Menschen gibt.

N=77	AHF 1 (N=25)	AHF 2 (N=25)	AHF 3 (N=27)	Anova	Gesamt
Romantik-Affinität	4,38	3,67	3,57		3,86
Romantik-Aversion	5,25	4,00	3,00		4,08
Mittelwert Skala 1-7, 1 =gar nicht gut, 7=sehr gut ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1					

Tabelle 36: Romantiktyp Bewertung AHF 1-3

Auch in Bezug auf die Gesamtbewertung des Anti-Heimatfilms sowie der Filmversionen konnte kein signifikanter Unterschied zwischen romantikaffinen und romantikaversiven Personen festgestellt werden.

In der Bewertung der Eigenschaften (vgl. Tabelle 37) gibt es nur in Bezug auf das Item „romantisch – nicht romantisch“ einen signifikanten Unterschied ($p=0,089$). Dies ist jedoch nicht weiter verwunderlich, da die Tabelle durch Personen mit Romantik-Affinität und Romantik-Aversion unterschieden wird. Die Versionen werden von romantikaversiven Personen tendenziell als eher „nicht romantisch“ beschrieben. Version 2 mit einem Wert von 1,00 als absolut nicht romantisch. Am romantischsten (Wert von 2,17) wird Version 3 von romantikaffinen Personen bewertet. Romantikaversive Personen wiederum bewerten Version 1 am romantischsten (Wert 1,75). Insgesamt sind jedoch alle Werte eher gering.

N=77		AHF 1 (N=25)	AHF 2 (N=25)	AHF 3 (N=27)	Anova	Gesamt
langweilig – spannend	Romantik-Affinität	3,24	2,90	2,52		2,88
	Romantik-Aversion	3,75	2,75	2,25		2,92
unsympathisch – sympathisch	Romantik-Affinität	2,43	2,75	2,52		2,37
	Romantik-Aversion	3,00	2,14	2,25		2,58
unangenehm – idyllisch	Romantik-Affinität	2,05	2,50	2,39		2,14
	Romantik-Aversion	2,25	1,95	2,75		2,25
einfach – komplex	Romantik-Affinität	3,19	2,95	2,70		2,94
	Romantik-Aversion	4,00	4,25	1,75		3,33
altmodisch – modern	Romantik-Affinität	3,19	3,38	3,17		3,25
	Romantik-Aversion	4,25	3,00	2,50		3,25
traurig – lustig	Romantik-Affinität	2,57	2,24	2,61		2,48
	Romantik-Aversion	3,25	2,50	2,00		2,58
nicht romantisch – romantisch	Romantik-Affinität	1,90	1,43	2,17	*	1,85
	Romantik-Aversion	1,75	1,00	1,25		1,33
abstumpfend – berührend	Romantik-Affinität	3,05	3,24	2,91		3,06
	Romantik-Aversion	4,00	3,00	2,50		3,17
kitschig – nicht kitschig	Romantik-Affinität	3,90	4,00	3,43		3,77
	Romantik-Aversion	4,50	3,25	4,50		4,08
provozierend – nicht provozierend	Romantik-Affinität	2,10	2,00	2,61		2,25
	Romantik-Aversion	2,50	1,25	2,00		1,92
Mittelwert bipolare Skala 1-5 ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1						

Tabelle 37: Eigenschaftsbewertung AHF Version 1-3 Romantiktyp

9.1. Zusammenfassung

Die Einstellung zur Romantik (Affinität und Aversion) hat keinen Einfluss auf die Nutzung oder Bewertung des Anti-Heimatfilms. Auch hinsichtlich der Zuwendungs- und Ablehnungsmotive kann kein signifikanter Unterschied zwischen den beiden Romantiktypen festgestellt werden. Lediglich hinsichtlich der Bewertung der Filmeigenschaft „romantisch – nicht romantisch“ konnte ein signifikanter Unterschied festgestellt werden. Der gezeigte Filmausschnitt wurde von romantikaversiven Menschen durchschnittlich als weniger romantisch (1,33) bewertet als von romantikaffinen (1,85) Personen. Beide Werte sind jedoch eher gering. Die Filmausschnitte wurden somit von beiden Romantiktypen als eher nicht romantisch bewertet. Romantikaffine Personen waren jedoch etwas empfindsamer hinsichtlich der Romantik.

10. Anti-Heimatsfilmkonsum und Werteeinstellung

Die Berechnung der Werteeinstellung erfolgte ähnlich der Berechnung der Romantik-Affinität bzw. Aversion.

Der Werte-Hierarchie-Test besteht aus unterschiedlichen Kategorien (Individualwerte, Gesellschaftswerte und Vermittlungswerte zwischen Individuum und Gesellschaft). Gesellschafts- und Individualwerte wiederum sind auch in jeweils zwei Unterkategorien eingeteilt (Gesellschaftswerte: Zusammenhalt und Struktur/System; Individualwerte: Selbstverwirklichung und Gratifikation). Die 25 Items sind jeweils einer Kategorie zugeordnet. In jeder Kategorie wurde ein Summenindex gebildet, der anschließend in Prozentwerte (0-100% Zustimmung) umgerechnet wurde.

Zusätzlich wurden die Probanden in starke und schwache Zustimmung zu den einzelnen Wertekategorien unterteilt. Dazu wurde in jeder Kategorie der Median gebildet (zu den Variablen Zust%: Gesellschaftswerte: Zusammenhalt, Zust%: Gesellschaftswerte: Struktur, Zust%: Vermittlungswerte, Zust%: Individualwerte: Selbstverwirklichung, Zust%: Individualwerte). In der Kategorie Gesellschaftswerte (sowohl Zusammenhalt, als auch Struktur) wurde jedoch keine Einteilung in starke und schwache Zustimmung vorgenommen, da der Median bei 91,43 (Zusammenhalt) bzw. 80,00 (Struktur) liegt und somit nur eine Einteilung in sehr hohe und hohe Zustimmung erfolgen kann und somit nicht zielführend ist. Der Median der Vermittlungswerte liegt bei 57,14. Daraus ergibt sich, dass Personen, die bei den Vermittlungswerten eine Zustimmung bis inklusive 57% aufwiesen, als Personen mit schwacher Zustimmung und jene mit einer Zustimmung ab 58% als Personen mit hoher Zustimmung klassifiziert wurden. Der Median der Individualwerte liegt für Selbstverwirklichung und Gratifikation bei jeweils 70,00. Daraus ergibt sich, dass Personen, die eine Zustimmung bis inklusive 70% aufwiesen, als Personen mit schwacher Zustimmung und jene mit einer Zustimmung ab 71% als Personen mit hoher Zustimmung klassifiziert wurden.

H2a: Anti-Heimatsfilmseher und Anti-Heimatsfilm-Verweigerer unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Werteeinstellung.

N=182	AHF-Seher	AHF-Verweigerer	Anova	Gesamt
Hilfsbereitschaft/Solidarität	7,41	7,31		7,37
Vertrauen/Ehrlichkeit	7,69	7,44	*	7,59
Harmonie	6,32	6,56		6,42
Liebe/Zuneigung	7,32	7,25		7,29
Treue/Verlässlichkeit	7,14	7,31		7,20
Gerechtigkeit/Fairness	7,48	7,18		7,36
Sicherheit	6,41	6,58		6,48
Ordnung	5,19	5,70	**	5,39
Gleichheit/Gleichwertigkeit	6,80	6,63		6,74
Recht/Gesetze	5,11	5,38		5,21
Anpassung/Konformität	3,27	4,25	***	3,65
Toleranz	7,13	7,15		7,14
Leistung	4,75	5,38	**	4,99
Tradition	3,90	4,46	*	4,12
Heimat/Verwurzelung	4,41	4,79		4,56
Freiheit/Selbstbestimmung	7,16	7,04		7,12
Macht/Stärke	4,03	4,28		4,13
Schönheit	4,72	4,77		4,74
Wissen/Fähigkeiten	6,98	6,92		6,96
Gesundheit/Fitness	6,19	6,66	**	6,37
Spaß/Genuss	6,63	6,69		6,65
Erfolg/Ansehen	4,60	5,15	*	4,81
Wohlstand/Reichtum	4,41	4,75		4,54
Stimulation/Abwechslung	5,98	5,73		5,88
Freizeit	6,81	7,11	*	6,93
Mittelwert Skala 1-8, 1 =unwichtig, 8=sehr wichtig; ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 38: Werteeinstellung AHF Konsum

Wie in Tabelle 38 ersichtlich, gibt es einige Werte die von Anti-Heimattfilm-Sehern und -Verweigerern unterschiedlich gewichtet wurden. Am größten (und hoch signifikant) ist der Unterschied bei dem Item Anpassung/Konformität. Hier unterscheiden sich die beiden Gruppen mit einem Wert in der Höhe von 0,98. Auffällig ist weiters, dass das von beiden am wichtigsten bewertete Item (Vertrauen/Ehrlichkeit) auch signifikant unterschiedlich bewertet wird. Jedoch ist der Wert mit 0,25 recht gering. Es sind (teils hoch-)signifikante Unterschiede bei den Werten Ordnung, Leistung, Tradition, Gesundheit/Fitness, Erfolg/Ansehen und Freizeit festzustellen. All diese Werte werden von Anti-Heimattfilm-Verweigerern wichtiger als von Anti-Heimattfilm-Sehern bewertet. Es handelt sich hierbei (mit Ausnahme von Gesundheit/Fitness und Freizeit) um eher konservative Werte. Dies verstärkend ist vor allem beim Wert Anpassung/Konformität der am höchsten signifikanteste Unterschied zu bemerken ($p=0,001$). Überraschend ist, dass Werte wie Harmonie, Liebe/Zuneigung und Heimat/Verwurzelung für beide Gruppen eine in etwa gleich

hohe Bedeutung spielt. Hier wurde eine höhere Bedeutung seitens der Anti-Heimatsfilm-Verweigerer vermutet.

H2b: Anti-Heimatsfilm-Seher sind bei den Gesellschaftswerten und Vermittlungswerten niedriger und bei den Individualwerten höher positioniert als Anti-Heimatsfilm-Verweigerer.

H2c: Anti-Heimatsfilm-Seher sind bei den Vermittlungswerten niedriger und bei den Individualwerten sowie Gesellschaftswerten höher positioniert als Anti-Heimatsfilm-Verweigerer.

N=182	AHF-Seher	AHF-Verweigerer	Anova	Gesamt
Gesellschaftswerte: Zusammenhalt	88,2%	88,2%		88,2%
Gesellschaftswerte: Struktur	77,8%	78,2%		77,9%
Vermittlungswerte	52,7%	60,1%	***	55,6%
Individualwerte: Selbstverwirklichung	68,8%	70,5%		69,5%
Individualwerte: Gratifikation	67,0%	69,8%		68,1%
Zustimmung in Prozent (0-100%) ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 39: Wertekategorien AHF-Konsum

Die wichtigste Wertekategorie (für AHF-Seher und AHF-Verweigerer) ist jene der Gesellschaftswerte. Generell stimmen jedoch Anti-Heimatsfilmseher bei jeder Wertekategorie, mit Ausnahme der Gesellschaftswerte: Zusammenhalt, weniger deutlich zu, als Anti-Heimatsfilm-Verweigerer. Ein signifikanter Unterschied ist nur in der Kategorie Vermittlungswerte festzustellen. Diese sind für Anti-Heimatsfilm-Seher und knapp 8% weniger wichtig als für Anti-Heimatsfilm-Verweigerer. Die Hypothese lässt sich somit nur in Bezug auf die niedrigere Positionierung bei den Vermittlungswerten bestätigen.

H2d: Personen mit verschieden starker Intensität zu den einzelnen Wertekategorien beurteilen den Anti-Heimatsfilm unterschiedlich.

N=77	Zustimmung	AHF 1 (N=25)	AHF 2 (N=25)	AHF 3 (N=27)	Anova	Gesamt
Vermittlungswerte	stark	4,45	3,27	3,27		3,62
	schwach	4,57	4,07	3,75		4,15
Individualwerte: Selbstverwirklichung	stark	4,67	3,37	3,67		3,83
	schwach	4,38	4,33	3,11		4,00
Individualwerte: Gratifikation	stark	4,43	3,71	3,50		3,88
	schwach	5,50	3,75	3,33		4,00
Mittelwert Skala 1-7, 1 =gar nicht gut, 7=sehr gut ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1						

Tabelle 40: Intensität Wertekategorien Bewertung AHF 1-3

Es sind keine signifikanten Unterschiede in der Bewertung des Anti-Heimatifilms zu erkennen. Die Hypothese muss somit verworfen werden.

10.1. Zusammenfassung

Für Anti-Heimatifilm-Seher, wie auch für Anti-Heimatifilm-Verweigerer ist der wichtigste Wert Vertrauen/Ehrlichkeit. Auch Werte wie Liebe, Treue, Gerechtigkeit und Hilfsbereitschaft haben für beide Gruppen einen sehr hohen Stellenwert. Sie alle zählen zu den Gesellschaftswerten. Die diesbezüglichen Unterkategorien Sozial- und Strukturwerte sowie Ordnungswerte spielen die dementsprechend größte Rolle in den Wertekategorien. Sie erhalten eine Zustimmung von 88,2% (Sozial- und Strukturwerte) bzw. durchschnittlich 77,9% (Ordnungswerte). Es sind keine signifikanten Unterschiede zwischen Anti-Heimatifilm-Sehern und Anti-Heimatifilm-Verweigerern in dieser Wertekategorie festzustellen. Bei genauerer Betrachtung der einzelnen Werte sieht man jedoch, dass die Ordnung für Anti-Heimatifilm-Verweigerer eine etwas wichtigere Rolle spielt. Vertrauen wiederum für Anti-Heimatifilm-Seher.

Der signifikanteste Unterschied konnte hinsichtlich der Wertekategorie Vermittlungswerte festgestellt werden. Vor allem beim Wert Anpassung kann ein höchstsignifikanter Unterschied ($p=0,001$) zwischen Anti-Heimatifilm-Sehern und Anti-Heimatifilm-Verweigerern festgestellt werden. Anti-Heimatifilm-Verweigerer bewerten hier deutlich höher. Der gesamten Kategorie der Vermittlungswerte wird von Anti-Heimatifilm-Verweigern mit einem Prozentwert von knapp 10 deutlich höher zugestimmt.

Es konnten hingegen keine Unterschiede in der Bewertung des Films hinsichtlich unterschiedlicher Intensität zu den einzelnen Wertekategorien festgestellt werden.

11. Anti-Heimatfilmkonsum und Nationale Identität

Wie schon bei den letzten beiden Tests, wurden auch bei der Auswertung zur nationalen Identität Summenindizes zu den Unterkategorien (Patriotismus, Nationalismus, Kosmopolitismus) gebildet und anschließend in Prozentwerte (Zustimmung 0-100%) umgerechnet. Desweiteren wurden die Probanden auch hier mittels Medienteilung in starke und schwache Zustimmung eingeteilt.

In der Kategorie Nationalismus geschah diese Einteilung jedoch nicht, da der Median bei 7,14 lag und somit nur eine Einteilung in sehr niedrige und niedrige Zustimmung erfolgen hätte können. Dies wurde als nicht sinnvoll erachtet. Der Median bei Patriotismus liegt bei 35,71. Daraus ergibt sich, dass Personen, die eine Zustimmung bis inklusive 36% aufwiesen, als Personen mit niedrigem Patriotismuswert und jene mit einer Zustimmung ab 37% als Personen mit hohem Patriotismuswert klassifiziert wurden. Der Median bei Kosmopolitismus liegt bei 72,62. Daraus ergibt sich, dass Personen, die eine Zustimmung bis inklusive 73% aufwiesen, als Personen mit niedrigem Kosmopolitismuswert und jene mit einer Zustimmung ab 74% als Personen mit hohem Kosmopolitismuswert klassifiziert wurden.

H3a: Anti-Heimatfilm-Seher sind bei Patriotismus und Kosmopolitismus höher, bei Nationalismus niedriger positioniert als Anti-Heimatfilm-Verweigerer.

H3b: Anti-Heimatfilm-Seher sind bei Kosmopolitismus höher, bei Nationalismus und Patriotismus niedriger positioniert als Anti-Heimatfilm-Verweigerer.

N=182	AHF-Seher	AHF-Verweigerer	Anova	Gesamt
Patriotismus	37,89%	39,48%		38,51%
Nationalismus	11,37%	15,59%		13,02%
Kosmopolitismus	72,93%	69,23%	*	71,49%
Zustimmung in Prozent (0-100%) ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 41: Nationale Identität AHF-Konsum

Die Hierarchie der Kategorien der nationalen Identität ist sowohl bei Anti-Heimfilm-Sehern als auch bei Anti-Heimfilm-Verweigerern ident. Am höchsten ist die Zustimmung in der Kategorie Kosmopolitismus, Patriotismus ist für beide Gruppen mit knapp 40% am zweitwichtigsten und die Kategorie Nationalismus am wenigsten wichtig.

Entgegen Hypothese 3a haben Anti-Heimfilm-Seher in der Kategorie Patriotismus einen niedrigeren Wert als Anti-Heimfilm-Verweigerer. Hypothese 3a muss somit verworfen werden. Wie in Hypothese 3b vermutet, sind Anti-Heimfilm-Seher nur in der Kategorie Kosmopolitismus höher positioniert als Anti-Heimfilmverweigerer. In den beiden anderen Kategorien (Patriotismus und Nationalismus) sind Anti-Heimfilm-Seher niedriger positioniert als Anti-Heimfilm-Verweigerer. Ein signifikanter Unterschied kann jedoch nur in der Kategorie Kosmopolitismus festgestellt. Dieser ist von Anti-Heimfilm-Sehern mit einem Wert von knapp 4% höher bewertet worden als von Anti-Heimfilm-Verweigerern.

Die folgenden Tabellen teilen die Kategorien Patriotismus und Kosmopolitismus zusätzlich in starke und schwache Zustimmung ein. Nationalismus wurde aufgrund seiner allgemeinen äußerst niedrigen Zustimmung nicht unterteilt.

N=182	AHF-Seher	AHF-Verweigerer	Anova	Gesamt
starker Patriotismus	27,5 %	22,0%		49,5%
schwacher Patriotismus	33,5%	17,0%		50,5%
Anzahl in Prozent ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 42: Patriotismus Intensität AHF-Konsum

N=182	AHF-Seher	AHF-Verweigerer	Anova	Gesamt
starker Kosmopolitismus	32,4%	15,4%		47,8%
schwacher Kosmopolitismus	28,6%	23,6%	*	52,2%
Anzahl in Prozent ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 43: Kosmopolitismus Intensität AHF-Konsum

Wie an den beiden Tabellen ersichtlich wird, gibt es nur einen signifikanten Unterschied zwischen Anti-Heimattfilm-Sehern und Anti-Heimattfilm-Verweigerern hinsichtlich des Kosmopolitismus. 32,4% der Probanden sind Anti-Heimattfilmseher mit starkem Bezug zum Kosmopolitismus. Dies ist die größte Gruppe. Nur knapp die Hälfte dieser großen Gruppe macht Anti-Heimattfilm-Verweigerer mit starkem Kosmopolitismus aus. Der größere Teil der Anti-Heimattfilm-Verweigerer hat einen schwachen Kosmopolitismuswert.

H3c: Personen mit hohen Werten in den einzelnen Kategorien unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Zuwendungs- und Ablehnungsmotiven von Personen mit niedrigen Werten in den Kategorien.

Bezüglich des Patriotismuswerts gibt es, wie eben dargestellt, keinen signifikanten Unterschied zwischen Anti-Heimattfilm-Sehern und Verweigerern. Aus diesem Grund werden die Zuwendungs- und Ablehnungsmotive nur hinsichtlich des Kosmopolitismuswerts untersucht.

N=111	Kosmopolitismus		Anova	Gesamt
	stark	schwach		
Ich sehe Anti-Heimattfilme ...				
um mich zu entspannen.	1,95	1,87		1,91
um mich abzulenken.	1,92	2,02		1,96
um mich zu unterhalten.	3,00	2,83		2,92
aus Gewohnheit.	1,68	1,65		1,67
aus Langeweile.	1,80	1,71		1,76
weil mir die Charaktere sympathisch sind.	2,59	2,42		2,51
weil ich mich mit den Charakteren identifizieren kann.	2,51	2,08	**	2,36
weil ich die Landschaften mag.	2,27	1,98		2,14
weil ich die Geschichten spannend finde.	4,10	3,60	**	3,86
weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein.	3,47	3,00	**	3,25
weil mich die Filme zum Lachen bzw. Weinen bringen.	3,10	2,71		2,92
Mittelwert Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 44: Kosmopolitismus Zuwendungsmotive AHF

N=71	Kosmopolitismus		Anova	Gesamt
	stark	schwach		
Ich sehe keine Anti-Heimatfilme ...				
weil ich generell keine kritischen Filme mag.	1,18	2,00	***	1,68
weil mir die Charaktere unsympathisch sind.	1,86	2,35	*	2,15
weil die Filme zu modern sind.	1,43	1,81	*	1,66
weil die Filme nicht romantisch sind.	1,32	1,81	**	1,62
weil ich die Landschaftsaufnahmen nicht mag.	1,57	1,91		1,77
weil ich mich nicht mit den Charakteren identifizieren kann.	2,25	2,49		2,39
weil ich nichts für kritische Geschichten übrig hab.	1,39	1,91	**	1,70
weil die Filme auch die negativen Seiten zeigen.	1,32	1,79	**	1,61
weil mich die Filme emotional nicht ansprechen.	2,29	2,88	*	2,65
Mittelwert Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu				
***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 45: Kosmopolitismus Ablehnungsmotive AHF

Sowohl in den Zuwendungs- als auch in den Ablehnungsmotiven gibt es (teils hoch) signifikante Unterschiede. Bei den Zuwendungsmotiven sind die Items „... weil ich die Geschichten spannend finde.“ und „...weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein.“ für beide Gruppen am höchsten bewertet. Beide Items werden aber auch signifikant unterschiedlich bewertet.

Doch vor allem hinsichtlich der Ablehnungsmotive gibt es viele und signifikante Unterschiede. Lediglich bei den Landschaftsaufnahmen und der Identifikation mit den Charakteren ist kein signifikanter Unterschied zu bemerken. Am deutlichsten wird der Unterschied hinsichtlich des Items „...weil ich generell keine kritischen Filme mag.“ Dieser Aussage stimmen Personen mit schwachem Kosmopolitismus weitaus höher zu.

11.1. Zusammenfassung

Anti-Heimattfilm-Seher und Anti-Heimattfilm-Verweigerer unterscheiden sich nicht in der hierarchischen Positionierung der Unterkategorien der Nationalen Identität. Für beide Gruppen lautet die Reihenfolge: Kosmopolitismus, Patriotismus und Nationalismus. Dem Kosmopolitismus wird dabei mit Abstand am deutlichsten zugestimmt. Hier ist der einzig signifikante Unterschied zwischen Anti-Heimattfilm-Sehern und Anti-Heimattfilm-Verweigern zu beobachten. Für Anti-Heimattfilm-Seher spielt der Kosmopolitismus eine noch bedeutendere Rolle als für Anti-Heimattfilm-Verweigerer.

Es lässt sich auch ausschließlich hinsichtlich des Kosmopolitismus ein signifikanter Unterschied hinsichtlich der Intensität zwischen Anti-Heimattfilm-

Sehern und Anti-Heimatfilm-Verweigerern feststellen. Starker Kosmopolitismus bildet bei den Anti-Heimatfilm-Sehern die größte Gruppe mit 32,4%, bei den Anti-Heimatfilm-Verweigerern hingegen die kleinste Gruppe mit 15,4%.

Sieht man sich nun noch die Kategorie des Kosmopolitismus hinsichtlich der Zuwendungs- und Ablehnungsmotive an, können auch hier Unterschiede bei der schwachen bzw. starken Zustimmung festgestellt werden. Vor allem in Bezug auf die Ablehnungsmotive gibt es viele signifikante Unterschiede. Die generelle Ablehnung des Filmgenres spielt bei den Ablehnungsmotiven eine große Rolle.

12. Anti-Heimatfilm und psychosoziale Merkmale

12.1. Anti-Heimatfilm und Kontrollerwartung

Aus den Items zur Kontrollerwartung wurde eine Summe gebildet. Der Wert war zwischen 0 und 8 angesetzt, wobei der Wert 0-4 für externale Kontrollerwartung und der Wert 5-8 für internale Kontrollerwartung steht. Mittels Medianteilung konnte diese Trennung vorgenommen werden.

Es ergibt sich folgende Aufteilung:

N=182		Absolut	Prozent
Kontrollerwartung	externale Kontrollerwartung	100	54,9%
	internale Kontrollerwartung	82	45,1%

Tabelle 46: Kontrollerwartung allgemein

N=182		Absolut	Prozent
Kontrollerwartung/ Politik	externale Kontrollerwartung	101	55,5%
	internale Kontrollerwartung	81	44,5%
Kontrollerwartung/ Alltag	externale Kontrollerwartung	110	60,4%
	internale Kontrollerwartung	72	39,6%

Tabelle 47: Kontrollerwartung Politik/Alltag

Es gibt eine leichte Mehrheit an Personen, mit allgemeiner externaler Kontrollerwartung. Auch die externale Kontrollerwartung in der Politik ist etwas stärker besetzt. Ebenso gibt es mehr Personen, die ihr alltägliches Leben von externen Faktoren bestimmen lassen.

H4a: Personen mit internaler Kontrollenerwartung sehen häufiger Anti-Heimatfilme als Personen mit externaler Kontrollenerwartung.

N=182		externe Kontrollerwartung	interne Kontrollerwartung	Chi ²	Gesamt
Kritische Heimatfilme	nie	42,0%	35,4%		39,0%
	1 - 2 mal pro Monat	55,0%	62,2%		58,2%
	1 mal pro Woche	3,0%	1,2%		2,2%
	2 - 4 mal pro Woche	0,0%	1,2%		0,5%
	5 mal und mehr pro Woche	0,0%	0,0%		0,0%
Anzahl in Prozent					
*=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1					

Tabelle 48: Kontrollenerwartung Nutzungshäufigkeit AHF

Anhand der Tabelle ist zu erkennen, dass es insgesamt mehr Personen mit internaler Kontrollenerwartung, also Personen, die Ereignisse in ihrem Leben selbst bestimmen möchten, gibt, die Anti-Heimatfilme sehen. Diese Hypothese verstärkend gibt es auch weniger Personen mit internaler Kontrollenerwartung, die keine Anti-Heimatfilme konsumieren. Der Chi²-Test verweist jedoch darauf, dass es keinen signifikanten Unterschied ($p=0,427$) hinsichtlich des Konsums von Anti-Heimatfilmen zwischen Personen mit externaler und internaler Kontrollenerwartung gibt. Die Hypothese kann somit nicht bestätigt werden.

H4b: Personen mit internaler Kontrollenerwartung bewerten den Anti-Heimatfilm besser als Personen mit externaler Kontrollenerwartung.

N=77	AHF 1 (N=25)	AHF 2 (N=25)	AHF 3 (N=27)	Anova	Gesamt
externe Controllererwartung	4,86	3,63	3,57		4,02
interne Controllererwartung	4,09	3,89	3,38		3,79
Mittelwert Skala 1-7, 1 =gar nicht gut, 7=sehr gut ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1					

Tabelle 49: Kontrollenerwartung Bewertung AHF1-3

Es konnten keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden. Auch diese Hypothese muss somit abgewiesen werden.

H4c: Es gibt Unterschiede in den Zuwendungs- und Ablehnungsmotiven zum Anti-Heimatfilm zwischen Personen mit internaler und externaler Kontrollenerwartung.

N=111	Kontrollerwartung		Anova	Gesamt
	external	internal		
Ich sehe Anti-Heimatfilme ...				
um mich zu entspannen.	2,02	1,79		1,91
um mich abzulenken.	2,02	1,91		1,96
um mich zu unterhalten.	3,02	2,81		2,92
aus Gewohnheit.	1,62	1,72		1,67
aus Langeweile.	1,74	1,77		1,76
weil mir die Charaktere sympathisch sind.	2,50	2,53		2,51
weil ich mich mit den Charakteren identifizieren kann.	2,29	2,43		2,36
weil ich die Landschaften mag.	2,14	2,13		2,14
weil ich die Geschichten spannend finde.	3,79	3,94		3,86
weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein.	3,24	3,26		3,25
weil mich die Filme zum Lachen bzw. Weinen bringen.	2,93	2,91		2,92
Mittelwert Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 50: Kontrollerwartung Zuwendungsmotive AHF

N=71	Kontrollerwartung		Anova	Gesamt
	external	internal		
Ich sehe keine Anti-Heimatfilme ...				
weil ich generell keine kritischen Filme mag.	1,74	1,59		1,68
weil mir die Charaktere unsympathisch sind.	2,05	2,31		2,15
weil die Filme zu modern sind.	1,76	1,52		1,66
weil die Filme nicht romantisch sind.	1,76	1,41		1,62
weil ich die Landschaftsaufnahmen nicht mag.	1,86	1,66		1,77
weil ich mich nicht mit den Charakteren identifizieren kann.	2,24	2,62		2,39
weil ich nichts für kritische Geschichten übrig hab.	1,76	1,62		1,70
weil die Filme auch die negativen Seiten zeigen.	1,69	1,48		1,61
weil mich die Filme emotional nicht ansprechen.	2,74	2,52		2,65
Mittelwert Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu				
***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 51: Kontrollerwartung Ablehnungsmotive AHF

Auch hier lassen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen Personen mit externaler und internaler Kontrollerwartung feststellen. Auch die dritte Hypothese betreffend Kontrollerwartung kann nicht bestätigt werden und muss somit verworfen werden.

12.2. Anti-Heimatfilm und Sensation Seeking

Wie schon bei der Untersuchung zur Kontrollerwartung, wurde auch aus den Items zum Sensation Seeking zuerst eine Summe gebildet. Auch hier konnte ein Wert zwischen 0 und 8 erreicht werden. Die Kategorisierung mittels Medianteilung erfolgt dann in Low Sensation Seeker (0-4) und High Sensation Seeker (5-8). Es ergab sich folgendes Bild:

N=182		Absolut	Prozent
Sensation Seeking	High Sensation Seeker	124	68,1%
	Low Sensation Seeker	58	31,9%

Tabelle 52: Sensation Seeking allgemein

H4d: High Sensation Seeker sehen öfter Anti-Heimatfilme als Low Sensation Seeker.

N=182		High Sensation Seeker	Low Sensation Seeker	Chi²	Gesamt
Kritische Heimatfilme	nie	37,9%	41,4%		39,0%
	1 - 2 mal pro Monat	58,9%	56,9%		58,2%
	1 mal pro Woche	2,4%	1,7%		2,2%
	2 - 4 mal pro Woche	0,8%	0,0%		0,5%
	5 mal und mehr pro Woche	0,0%	0,0%		0,0%
Anzahl in Prozent *=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1					

Tabelle 53: Sensation Seeking Nutzungshäufigkeit AHF

Auch betreffend die Nutzungshäufigkeit von Anti-Heimatfilmen konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen High und Low Sensation Seekern festgestellt werden. Somit kann auch diese Hypothese nicht verifiziert werden.

H4e: High Sensation Seeker bewerten den Anti-Heimatfilm besser als Low Sensation Seeker.

N=77	AHF 1 (N=25)	AHF 2 (N=25)	AHF 3 (N=27)	Gesamt
High Sensation Seeker	4,41	2,88	3,21	3,50
Low Sensation Seeker	4,75	5,50	4,13	4,79
Anova		***		
Mittelwert Skala 1-7, 1 =gar nicht gut, 7=sehr gut ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 54: Sensation Seeking Bewertung AHF1-3

Während die Bewertung von Version 1³¹ zwischen High und Low Sensation Seekern sehr ähnlich ist, ist bei Version 3 ein Unterschied und bei Version 2 ein deutlicher und hoch signifikanter (p=0,002) Unterschied festzustellen.

³¹ Zur Erinnerung nochmals die Unterschiede der Darstellung der einzelnen Versionen.

Version 1: Konflikt

Version 2: Konflikt, Ironie

Version 3: Konflikt, Ironie und Landschaft

Entgegen der hier angeführten Hypothese, haben die Zuseher der Version 2, die den Low Sensation Seekern zuzuordnen sind, den Film deutlich besser bewertet. Es handelt sich hierbei um eine Version, die neben dem Konflikt, auch Ironie darstellt. Die Hypothese muss somit folgendermaßen abgeändert werden: Low Sensation Seeker bewerten den Anti-Heimatfilm dann besser als High Sensation Seeker, wenn dieser ironische Szenen enthält.

H4f: Es gibt Unterschiede in den Zuwendungs- und Ablehnungsmotiven zwischen High Sensation Seekern und Low Sensation Seekern.

N=111	Sensation Seeking		Anova	Gesamt
	high	low		
Ich sehe Anti-Heimatfilme ...				
um mich zu entspannen.	1,95	1,82		1,91
um mich abzulenken.	2,00	1,88		1,96
um mich zu unterhalten.	2,92	2,97		2,92
aus Gewohnheit.	1,73	1,53		1,67
aus Langeweile.	1,79	1,68		1,76
weil mir die Charaktere sympathisch sind.	2,48	2,59		2,51
weil ich mich mit den Charakteren identifizieren kann.	2,34	2,41		2,36
weil ich die Landschaften mag.	2,12	2,18		2,14
weil ich die Geschichten spannend finde.	3,83	3,94		3,86
weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein.	3,22	3,32		3,25
weil mich die Filme zum Lachen bzw. Weinen bringen.	2,92	2,91		2,92
Mittelwert Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu				
***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 55: Sensation Seeking Zuwendungsmotive AHF

N=71	Sensation Seeking		Anova	Gesamt
	high	low		
Ich sehe keine Anti-Heimatfilme ...				
weil ich generell keine kritischen Filme mag.	1,91	1,21	***	1,68
weil mir die Charaktere unsympathisch sind.	2,36	1,75	**	2,15
weil die Filme zu modern sind.	1,83	1,33	**	1,66
weil die Filme nicht romantisch sind.	1,79	1,29	**	1,62
weil ich die Landschaftsaufnahmen nicht mag.	1,89	1,54		1,77
weil ich mich nicht mit den Charakteren identifizieren kann.	2,49	2,21		2,39
weil ich nichts für kritische Geschichten übrig hab.	1,87	1,38	**	1,70
weil die Filme auch die negativen Seiten zeigen.	1,79	1,25	**	1,61
weil mich die Filme emotional nicht ansprechen.	2,72	2,50		2,65
Mittelwert Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu				
***=p<0.01, **=p<0.05, *=p<0.1				

Tabelle 56: Sensation Seeking Ablehnungsmotive AHF

Es sind keine signifikanten Unterschiede zwischen High und Low Sensation Seekern hinsichtlich der Zuwendungsmotive zu erkennen. Hinsichtlich der Ablehnungsmotive jedoch gibt es einige (hoch) signifikante Unterschiede. Der signifikanteste und größte Unterschied zwischen High und Low Sensation Seekern, macht sich am Item „...weil ich generell keine kritischen Filme mag.“ bemerkbar. Die größte Zustimmung der High Sensation Seeker mit einem Wert von 2,36, an der sich ein Unterschied zwischen den beiden Gruppen bemerkbar macht, erfährt das Item „...weil mir die Charaktere unsympathisch sind.“ Die weiteren Items, an denen sich ein signifikanter Unterschied wahrmacht, betreffen die Modernität, die zu geringe Romantik und die kritische Seite der Filme. Es können somit keine signifikanten Unterschiede in den Zuwendungsmotiven zu Anti-Heimatfilmen zwischen High und Low Sensation Seekern festgestellt werden. Sehr wohl aber in den Ablehnungsmotiven, denen High Sensation durchschnittlich stärker zustimmen.

12.3. Anti-Heimatfilm und Angstbewältigung (Monitoring/Blunting)

Zur Ermittlung dieses Merkmals wurden den Probanden zwei fiktive Szenarien dargestellt, die jeweils acht mögliche Umgangsweisen damit aufzeigten. Diese Möglichkeiten mussten die Teilnehmer auf einer Skala von 1 (trifft gar nicht zu) bis 7 (trifft sehr zu) beantworten. Jeweils vier der angebotenen Handlungsweisen entsprachen dem Angstbewältigungstyp Blunter, die anderen vier dem Monitorer. Aus der Summe der Monitorer- und Blunter-Items wurde eine Index gebildet, der anschließend in Prozentwerte umgerechnet wurde. Zur detaillierten Trennung zwischen Monitoren und Bluntern, wurde der prozentuale Gesamtwert der Blunter-Items von den Monitorer-Items abgezogen. Ein positives Ergebnis, d.h. eine Zahl im Plus-Bereich wurde dem Monitorer zugeordnet, ein negatives Ergebnis, also eine Zahl im Minus-Bereich, den Bluntern. Die Aufteilung zwischen Monitoren und Bluntern stellt sich folgendermaßen dar.

N=182		Anzahl	Prozent
Angstbewältigungstyp	Monitorer	134	73,6%
	Blunter	48	26,4%

Tabelle 57: Angstbewältigungstyp allgemein

H4g: Monitorer sehen häufiger Anti-Heimatfilme als Blunter.

N=182		Monitorer	Blunter	Chi²	Gesamt
Kritische Heimatfilme	nie	39,6%	37,5%		39,0%
	1 - 2 mal pro Monat	57,5%	60,4%		58,2%
	1 mal pro Woche	2,2%	2,1%		2,2%
	2 - 4 mal pro Woche	0,7%	0,0%		0,5%
	5 mal und mehr pro Woche	0,0%	0,0%		0,0%
Anzahl in Prozent					
***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1					

Tabelle 58: Angstbewältigungstyp Nutzungshäufigkeit AHF

Wir sehen keine signifikanten ($p=0,929$) Unterschiede in der Nutzungshäufigkeit von Anti-Heimatfilmen zwischen Monitorern und Bluntern. Die Hypothese muss somit verworfen werden.

H4h: Monitorer bewerten den Anti-Heimatfilm besser als Blunter.

N=77	AHF 1 (N=25)	AHF 2 (N=25)	AHF 3 (N=27)	Gesamt
Monitorer	4,18	4,26	3,67	4,04
Blunter	5,25	2,00	3,11	4,79
Anova		**		
Mittelwert Skala 1-7, 1 =gar nicht gut, 7=sehr gut ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 59: Angstbewältigungstyp Bewertung AHF1-3

Vor allem bei den Bluntern gibt es deutliche Unterschiede in der Bewertung der 3 Versionen der Anti-Heimatfilme. Während Version 1 von den Bluntern sogar deutlich besser als von den Monitorern bewertet wird, schneidet Version 2 sehr viel schlechter ab als bei den Monitorern. Der Anova-Test ergibt jedoch nur bei Version 2 einen signifikanten Unterschied ($p=0,17$)³². Es handelt sich auch hierbei wieder um jene Version, die eine konflikt- und kritikreiche Darstellung um humoristische Elemente ergänzt. In der Gesamtbewertung des Anti-Heimatfilms konnte kein signifikanter Unterschied festgestellt werden ($p=0,293$). Die Hypothese muss somit folgendermaßen abgeändert werden: Monitorer bewerten den Anti-Heimatfilm dann besser als Blunter, wenn dieser neben Konflikt, auch ironische Momente enthält.

³² Version 1: $p=0,268$, Version 3: $p=0,462$

H4i: Es gibt Unterschiede in den Zuwendungs- und Ablehnungsmotiven zwischen Monitoren und Bluntern.

N=111	Monitorer	Blunter	Anova	Gesamt
Ich sehe Anti-Heimatfilme ...				
um mich zu entspannen.	1,98	1,73		1,91
um mich abzulenken.	2,10	1,60	**	1,96
um mich zu unterhalten.	2,99	2,73		2,92
aus Gewohnheit.	1,72	1,53		1,67
aus Langeweile.	1,85	1,50		1,76
weil mir die Charaktere sympathisch sind.	2,56	2,40		2,51
weil ich mich mit den Charakteren identifizieren kann.	2,43	2,17		2,36
weil ich die Landschaften mag.	2,11	2,20		2,14
weil ich die Geschichten spannend finde.	3,88	3,83		3,86
weil mir die Filme das Gefühl geben, ehrlich zu sein.	3,22	3,33		3,25
weil mich die Filme zum Lachen bzw. Weinen bringen.	2,91	2,93		2,92
Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 60: Angstbewältigung Zuwendungsmotive AHF

N=71	Monitorer	Blunter	Anova	Gesamt
Ich sehe keine Anti-Heimatfilme ...				
weil ich generell keine kritischen Filme mag.	1,64	1,78		1,68
weil mir die Charaktere unsympathisch sind.	2,08	2,39		2,15
weil die Filme zu modern sind.	1,62	1,78		1,66
weil die Filme nicht romantisch sind.	1,53	1,89		1,62
weil ich die Landschaftsaufnahmen nicht mag.	1,79	1,72		1,77
weil ich mich nicht mit den Charakteren identifizieren kann.	2,26	2,78		2,39
weil ich nichts für kritische Geschichten übrig hab.	1,70	1,72		1,70
weil die Filme auch die negativen Seiten zeigen.	1,62	1,56		1,61
weil mich die Filme emotional nicht ansprechen.	2,62	2,72		2,65
Skala 1-5, 1=trifft nicht zu, 5=trifft sehr zu ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1				

Tabelle 61: Angstbewältigung Ablehnungsmotive AHF

Lediglich hinsichtlich eines Zuwendungsmotives kann ein Unterschied zwischen Monitoren und Bluntern festgestellt werden. Es handelt sich hierbei um das Item „...um mich abzulenken.“ Insgesamt sind die Ergebnisse jedoch zu schwach, um einen Unterschied zwischen den beiden Gruppen sinnvoll feststellen zu können. Die Hypothese wird daher verworfen.

12.4. Zusammenfassung

Ironie bewirkt im Anti-Heimatfilm, einen signifikanten Unterschied in der Bewertung der unterschiedlichen Gruppen (High Sensation Seeker/Low Sensation Seeker bzw. Monitorer/Blunter). Die aufgestellten Hypothesen hinsichtlich Bewertung müssen somit folgendermaßen umgeändert werden. Bei der Bewertung des Anti-Heimatfilms ist ein Unterschied zu erkennen, sofern er humoristische/ironische Elemente enthält. Die Darstellung von Natur und Landschaft scheint keinen Einfluss auf die Bewertung zu haben.

Die Hypothesen zur Kontrollerwartung müssen allesamt verworfen werden, da hier kein signifikanter Unterschied zwischen Personen mit internaler und externaler Kontrollerwartung festgestellt werden konnte. Weder hinsichtlich der Nutzungshäufigkeit, noch der Bewertung oder der Zuwendungs- und Ablehnungsmotive.

Hinsichtlich des Sensation Seekings, konnte neben der eben schon erwähnten Bewertung von Version 2, auch einige signifikante Unterschiede in den Ablehnungsmotiven des Anti-Heimatfilms zwischen High- und Low Sensation Seekern festgestellt werden.

Der Punkt Angstbewältigung zeigt neben der schon erläuterten Unterscheidung in der Bewertung von Version 2 einen weiteren signifikanten Unterschied in den Zuwendungsmotiven zu Anti-Heimatfilmen zwischen Monitoren und Bluntern. Konkret heißt dies, dass Monitorer häufiger Antiheimat-Filme schauen, um sich abzulenken als Blunter.

Insgesamt kann den psychosozialen Merkmalen aufgrund der gesamt gesehen gering gehaltenen Unterschiede jedoch keine hohe Bedeutung zugewiesen werden.

13. Bewertung der Filmversionen

Wie bereits erwähnt, wurden den Probanden drei unterschiedliche Versionen mit Ausschnitten der Paradies-Trilogie von Ulrich Seidl gezeigt. Zur Erinnerung noch einmal die Schwerpunkte der einzelnen Versionen.

Alle drei Versionen sind von Konflikten gekennzeichnet. Version 1 legt den Fokus allein auf den Konflikt, Version 2 ergänzt den Konflikt um Ironie und Version 3 um

Ironie und Landschaft. An Version 1 nahmen 25 Probanden teil, an Version 2 ebenfalls 25, an Version 3 27. Insgesamt sahen 77 von 182 Personen die Ausschnitte zum Anti-Heimatfilm.

Den Probanden wurde die Möglichkeit gegeben, nach Rezeption des Filmes, spontan die positiven wie auch negativen Beurteilungen der Filme abzugeben. Wie diesen Beurteilungen zu entnehmen ist, wurden alle Attribute, die die einzelnen Versionen bestimmten, von den Rezipienten erkannt: Als positiv wurden die Authentizität sowie die realistische Darstellung der Schauspielerinnen erwähnt. Negativ wurde die epische, detailverliebte und langatmige Darstellung einzelner Szenen beurteilt. Auch ein teils voyeuristischer und schockierender Blickwinkel auf die Menschheit wurde kritisiert. Die Darstellung des scheinbar realen, menschlichen Wesens und seinem Abgrund wird somit gleichsam positiv, wie auch negativ bewertet. In Version 2 wurde die ironische Darstellung einer Gebetsgruppe als unterhaltsam bewertet.

Die Gesamtbewertung der im Rahmen der Untersuchung konsumierten Filmausschnitte ergab sich wie folgt:

N=77	AHF 1 (N=25)	AHF 2 (N=25)	AHF 3 (N=27)	Anova	Gesamt
Gesamtbewertung	4,52	3,72	3,48		3,91
Mittelwert Skala 1-7, 1 =gar nicht gut, 7=sehr gut ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1					

Tabelle 62: Gesamtbewertung AHF Version 1-3

Am besten wurde Version 1 bewertet (4,52), also jene Version die sich einzig und allein auf den Konflikt und Kritik beschränkt. Am schlechtesten wurde Version 3, die neben Konflikt auch Ironie und Landschaft darstellt. In der statistischen Überprüfung konnte jedoch kein signifikanter Unterschied in der Gesamtbewertung festgestellt werden ($p=0,169$).

Sehen wir uns nun die Eigenschaftsbewertungen gesamt sowie der einzelnen Versionen an.

N=77	AHF 1 (N=25)	AHF 2 (N=25)	AHF 3 (N=27)	Anova	Gesamt
langweilig – spannend	3,32	2,88	2,48	*	2,88
unsympathisch – sympathisch	2,52	2,20	2,48		2,40
unangenehm – idyllisch	2,08	1,92	2,44		2,16
einfach – komplex	3,32	3,16	2,56	*	3,00
altmodisch – modern	3,36	3,32	3,07		3,25
traurig – lustig	2,68	2,28	2,52		2,49
nicht romantisch – romantisch	1,88	1,36	2,04	**	1,77
abstumpfend – berührend	3,20	3,20	2,85		3,08
kitschig – nicht kitschig	4,00	3,88	3,59		3,82
provozierend – nicht provozierend	2,16	1,88	2,52		2,19
Mittelwert bipolare Skala 1-5 ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1					

Tabelle 63: Eigenschaftsbewertung AHF Versionen 1-3

H5a: Es gibt Unterschiede in den Bewertungen der drei Filmversionen hinsichtlich der Romantik.

Die Unterschiede in der Bewertung der drei Versionen sind hinsichtlich der Eigenschaft romantisch hoch signifikant. Die Hypothese kann somit bestätigt werden. Die Eigenschaftsbewertung betreffend Romantik zeichnet sich durch eine sehr starke Neigung in Richtung nicht romantisch aus. Vor allem Version 2 wird sehr stark als „nicht romantisch“ bewertet. Version 3 wird von den Probanden am romantischsten beurteilt. Es ist dies die Version, die auch die Darstellung von Landschaft und Ironie enthält. Die Version bedient sich bei der Darstellung der städtischen Landschaft jenen Bildern, die auch für die klassischen Heimatfilme bekannt ist. Die Stadt wirkt kühl, vereinsamend und anonymisiert. Das Attribut Landschaft scheint ausschlaggebend für die Bewertung der Romantik. Denn Version 2, die wie Version 3 auch ironische Elemente enthält, wird am wenigsten romantisch bewertet.

H5b: Es gibt Unterschiede in den Bewertungen der drei Filmversionen hinsichtlich der Provokation.

Die Filmversionen werden grundsätzlich als eher provozierend beschrieben. Version 2 gilt hierbei als die provokanteste mit einem Wert von 1,88. Es konnte jedoch kein signifikanter Unterschied in der statistischen Überprüfung festgestellt werden. Diese Hypothese muss somit widerlegt werden.

Neben den eben untersuchten Hypothesen, gibt es weitere Eigenschaftspaare, bei denen sich die Bewertungen hinsichtlich der 3 Versionen unterscheiden.

a) langweilig – spannend

Während Version 3 mit einem Wert von 2,48 weder als besonders langweilig, noch als besonders spannend bewertet wird, gibt es bei Version 1 (die konfliktreichste Version) einen stärkere Tendenz hinsichtlich der Eigenschaft spannend (3,32). Auch Version 2 wird als eher spannend beurteilt. Das Attribut Landschaft, welches in Version 3 eine Rolle spielt, kann somit ausschlaggebend für Langeweile sein. Oder anders gesagt: Je mehr sich die Version auf die Darstellung des Konflikts bezieht, desto spannender wird sie beurteilt.

b) einfach – komplex

Auch hier wird Version 3 am neutralsten bewertet. Version 1 und 2 hingegen werden als eher komplex eingestuft, Version 1 mit einem Wert von 3,32 als die komplexeste der 3 Versionen. Es lässt sich somit sagen, je konfliktreicher der Film, desto komplexer wird er bewertet. Ironie und insbesondere Landschaftsaufnahmen lassen den Film für die Rezipienten einfacher erscheinen.

13.1. Zusammenfassung

Version 1 wird im Vergleich zu den anderen beiden Versionen, die sich im Mittelfeld aufhalten, eher besser bewertet. Jedoch gibt es statistisch gesehen, entgegen der Erwartung keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich der Gesamtbewertung der einzelnen Filme. Die unterschiedlichen Schwerpunkte haben somit keinen Einfluss auf die Gesamtbewertung der Filmausschnitte.

Sieht man sich die Bewertung der Versionen jedoch detaillierter an und bezieht Eigenschaften mit ein, lassen sich sehr wohl signifikante Unterschiede erkennen. Version 1, welche sich einzig und allein auf die Darstellung von Konflikt beschränkt, wird als komplexer, spannender und weniger romantisch beschrieben. Hingegen scheint es so, als würde vor allem das Attribut Landschaft für abweichende Bewertungen sorgen. Sofern der Fokus auch auf der

Darstellung von Landschaft lag, wurde der Film als einfacher, weniger komplex und romantischer beschrieben.

14. Involvement und Narratives Engagement

Wie schon bei einigen anderen Tests dieser Untersuchung, erfolgte auch die Berechnung des Involvement und des narrativem Engagements zuerst in Unterkategorien. Beim Involvement waren dies situations- bzw. personenbezogenes Involvement. Das narrative Engagement besteht aus den Unterkategorien narratives Verstehen (narrative understanding), Aufmerksamkeitsfokus (attentional focus), emotionales Mitleben (emotional engagement) und narrative Präsenz (narrative presence). Die Items sind jeweils einer Kategorie zugeordnet. In jeder Kategorie wurde ein Summenindex berechnet, der anschließend in Prozentwerte (0-100% Zustimmung) umgerechnet wurde.

H6a: Es gibt Unterschiede in Bezug auf das Involvement zwischen Anti-Heimatsfilm-Sehern und Anti-Heimatsfilm-Verweigerern.

N=77		AHF 1	AHF 2	AHF 3	Anova	Gesamt
Involvement: Situationsbezogen	AHF-Seher	35,85%	12,24%	32,90%		27,21%
	AHF-Verweigerer	20,83%	21,65%	33,93%		27,07%
	Gesamt	31,05%	16,38%	33,51%		27,15%
Involvement: Personenbezogen	AHF-Seher	12,04%	7,82%	9,52%		9,98%
	AHF-Verweigerer	10,71%	8,66%	9,23%		9,39%
	Gesamt	11,62%	8,19%	9,35%		9,71%
Involvement: Gesamt	AHF-Seher	30,39%	11,90%	24,46%		22,68%
	AHF-Verweigerer	18,45%	17,32%	27,53%		22,24%
	Gesamt	26,57%	14,29%	26,28%		22,48%
Anova		**		*		
Zustimmung in Prozent (0-100%) ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1						

Tabelle 64: Involvement AHF Konsum

Es konnte kein signifikanter Unterschied zwischen Anti-Heimatsfilm-Sehern und Anti-Heimatsfilm-Verweigerern in Bezug auf das Involvement festgestellt werden. Diese Hypothese muss somit verworfen werden.

Jedoch sind hinsichtlich der unterschiedlichen Versionen signifikante Unterschiede zu erkennen. Die Zustimmung zum situationsbezogenen Involvement fällt bei den Versionen 1 und 3 fast doppelt so hoch aus wie bei Version 2. Das personenbezogene Involvement erfährt eine deutlich geringere Zustimmung. Die Probanden konnten somit deutlich stärkere Bezüge zwischen ihren persönlichen Geschichten und Erlebnissen herstellen als zwischen den Darstellerinnen und ihnen selbst. Wie bereits erwähnt, beruht Ulrich Seidls filmische Darstellung auf einer sehr starken bildlichen Sprache. Die Charaktere und ihre Eigenschaften könnten somit zugunsten der Geschichte in den Hintergrund geraten. Ein personenbezogenes Involvement würde dadurch erschwert werden.

Es muss auch noch darauf hingewiesen werden, dass das situationsbezogene Involvement trotz deutlich größerer Zustimmung als das personenbezogene Involvement, insgesamt eine eher geringe Zustimmung (von etwa 30 Prozentwerten bei Version 1 und 3) erfährt. Gesamt kann also von keinem hohen Involvement gesprochen werden.

H6b: Es gibt Unterschiede in Bezug auf das narrative Engagement zwischen Anti-Heimatfilm-Sehern und Anti-Heimatfilm-Verweigerern.

N=77		AHF 1	AHF 2	AHF 3	Anova	Gesamt
Narrative Understanding	AHF-Seher	77,87%	32,31%	63,20%		58,84%
	AHF-Verweigerer	73,81%	42,86%	44,94%		50,88%
	Gesamt	76,57%	36,95%	52,38%		55,23%
Attentional Focus	AHF-Seher	74,51%	44,22%	50,22%	*	58,05%
	AHF-Verweigerer	35,71%	49,35%	44,94%		44,22%
	Gesamt	62,10%	46,48%	47,09%		51,76%
Emotional Engagement	AHF-Seher	51,26%	49,66%	25,97%	**	44,10%
	AHF-Verweigerer	23,81%	44,16%	27,38%		31,84%
	Gesamt	42,48%	47,24%	26,81%		38,53%
Narrative Presence	AHF-Seher	38,10%	19,73%	25,97%		28,80%
	AHF-Verweigerer	20,24%	25,97%	17,86%		20,95%
	Gesamt	32,38%	22,48%	21,16%		25,23%
Narratives Engagement Gesamt	AHF-Seher	60,43%	36,48%	30,30%	*	44,56%
	AHF-Verweigerer	38,39%	40,58%	30,80%		35,61%
	Gesamt	53,38%	38,29%	30,60%		40,49%
Anova		***		***		
Zustimmung in Prozent (0-100%) ***=p<0,01, **=p<0,05, *=p<0,1						

Tabelle 65: Narratives Engagement AHF Konsum

Es konnten signifikante Unterschiede zwischen Anti-Heimattfilm-Sehern und Anti-Heimattfilm-Verweigerern hinsichtlich des Attentional Focus (Aufmerksamkeitsfokus) und des Emotional Engagements (Emotionales Mitleben) festgestellt werden.

Insgesamt haben Anti-Heimattfilm-Seher den Versionen mehr Aufmerksamkeit gewidmet als Anti-Heimattfilm-Verweigerer. Besonders deutlich wird der Unterschied an Version 1. Hier haben Anti-Heimattfilm-Seher dem Film etwa 75% ihrer Aufmerksamkeit geschenkt (Anti-Heimattfilm-Verweigerer liegen jedoch nur bei etwa 36%) und damit deutlich mehr als den beiden anderen Versionen. Ironie und Landschaft haben demnach einen negativen Einfluss auf den Fokus der Aufmerksamkeit.

Die Darstellung des Konflikts könnte somit ausschlaggebend sein, warum Anti-Heimattfilm-Seher den Anti-Heimattfilm überhaupt konsumieren. Denn auch im Bereich des Emotionalen Mitlebens lässt sich nur bei Version 1 ein deutlicher Unterschied zwischen Anti-Heimattfilm-Sehern und -Verweigerern festmachen. Anti-Heimattfilm-Seher erleben diese Version mit einem Wert von 51,26% deutlich emotionaler als Anti-Heimattfilm-Verweigerer mit lediglich 23,81%. Insgesamt wird beim Emotionalen Mitleben jedoch Version 2 (knapp vor Version 1) am höchsten bewertet. Es ist hier jedoch kein Unterschied zwischen Anti-Heimattfilm-Sehern und -Verweigerern festzustellen.

Sieht man sich nun das gesamte narrative Engagement an, wird Version 1 insgesamt am besten bewertet. Auch hier ist ein deutlicher Unterschied zwischen Anti-Heimattfilm-Sehern und -Verweigerern festzustellen.

14.1. Zusammenfassung

Das Involvement aller gezeigten Versionen ist insgesamt mit einem Höchstwert von knapp 30% nicht besonders intensiv. Ob der Proband nun Anti-Heimattfilm-Seher oder -Verweigerer war hat bei diesem Test keine Rolle gespielt. Jedoch ist auffallend, dass bei allen Versionen das situationsbezogene Involvement deutlich mehr Zustimmung erfährt als das personenbezogene Involvement.

Hinsichtlich des narrativen Engagements sind deutlich mehr Unterschiede zu erkennen. Anti-Heimattfilm-Seher haben hier im Bereich des Attentional Focus einen deutlich höheren Wert als Anti-Heimattfilm-Verweigerer. Dies maßgebend

bei Version 1. Ein weiterer Unterschied zwischen den beiden Gruppen ist hinsichtlich des Emotional Engagement festzustellen. Auch hier ist Version 1 entscheidend. Die Gruppe der Anti-Heimatfilm-Seher erreicht hier mit einer Zustimmung von etwa 52% den Höchstwert dieser Unterkategorie. Wobei die Gruppe der Anti-Heimatfilm-Verweigerer bei Version 1 mit einer Zustimmung von knapp 24% den niedrigsten Wert erreicht. Insgesamt wird jedoch Version 2 am höchsten bewertet.

Die ausschließliche Darstellung des Konflikts scheint somit im Bereich des narrativen Mitlebens eine bestimmende Rolle zu spielen. Ironie oder Landschaft, ein anderes Merkmal des Anti-Heimatfilms wiederum spielt eine eher unbedeutende Rolle.

15. Fazit

Der Anti-Heimatfilm ist eigentlich ein Subgenre des Heimatfilms. Er hat viel mit dem Heimatfilm gemein. Die Motive, die kontroverse Akzeptanz und natürliche die filmische Aufarbeitung von Heimat. Er konnte sich seit seiner Entstehung in den 1980er Jahren in Österreich etablieren. Und das deutlich stärker als sein "Muttergenre" der klassische Heimatfilm der 50er Jahre. In der Untersuchung konnten bei der Grundgesamtheit (N=182) 111 Anti-Heimatfilm-Seher identifiziert werden. Beim Heimatfilm-Konsum hingegen gaben nur 31 Personen an Heimatfilme zu sehen.

Neben den 111 Anti-Heimatfilm-Sehern, gibt es 71 Anti-Heimatfilm-Verweigerer. Worin liegen nun die größten Unterschiede dieser beiden Gruppen?

Auffallend ist, dass Anti-Heimatfilm-Seher generell mehr österreichische Formate konsumieren. Seien dies nun die klassischen Heimatfilme, Dramen, Dokumentarfilme oder Komödien.

Authentizität spielt für die Anti-Heimatfilm-Seher eine äußerst wichtige Rolle. Dies steht im krassen Gegensatz zum Heimatfilm, der mit dem Attribut Authentizität nicht in Verbindung gebracht werden kann. Für die Verweigerer des Anti-Heimatfilm-Genres hingegen spielt die fehlende Emotionalität eine bedeutende Rolle. Auch dies steht im Gegensatz zum klassischen Heimatfilm, denn dieser ist durch überzogene Emotionalität stark gekennzeichnet.

Betrachtet man die in der Untersuchung angewandten Tests fallen auch Unterschiede auf. Im Bereich der Werteorientierung unterschieden sich Anti-Heimatsfilm-Seher bei der Gruppe der Vermittlungswerte von Anti-Heimatsfilm-Verweigerern. Vor allem die Anpassung und der Gehorsam spielen für Verweigerer eine bedeutendere Rolle als für Seher.

Auch hinsichtlich des Kosmopolitismus konnte ein Unterschied zwischen den beiden Gruppen festgestellt werden. Personen mit starker Zustimmung zum Kosmopolitismus sind in etwa doppelt so oft Anti-Heimatsfilm-Seher als -Verweigerer. Jedoch gibt es auch unter den Personen mit schwachem Kosmopolitismus mehr Anti-Heimatsfilm-Seher als -Verweigerer.

Keine Unterschiede konnten hinsichtlich der Affinität oder Aversion zu Romantik festgestellt werden. Dementsprechend hat auch eine hohe oder niedrige Affinität bzw. Aversion keinen Einfluss auf die Rezeption oder Bewertung von Anti-Heimatsfilmen. Die Filme wurden von allen Probanden als eher nicht romantisch beschrieben, was sie schlussendlich ja auch sind.

Hinsichtlich der persönlichkeitsorientierten Merkmale ist auffallend, dass vor allem die Darstellung von Ironie Unterschiede in der Bewertung brachten. Monitoren sowie Low Sensation Seeker bewerteten den Anti-Heimatsfilm dann deutlich besser, sobald er ironische Elemente enthielt. Die unterschiedliche Einstellung zur Kontrollerwartung hingegen, ergab keine Differenzen.

Sieht man sich die Gesamtbewertung der Filme an, fällt vor allem auf, dass das Attribut Landschaft für deutlich abweichende Bewertungen sorgt. Die Darstellung von Landschaft bringt mit sich, dass der Film als weniger komplexer, einfacher und romantischer beschrieben wird.

Die Geschichten des Anti-Heimatsfilms scheinen eine wichtigere Rolle zu spielen als die Darsteller. Denn mit der Geschichte konnten sich die Probanden besser identifizieren, als mit den Darstellern. Der Anti-Heimatsfilm muss spannend und authentisch sein. Er darf auch ironische Elemente enthalten.

15.1. Ausblick

Der Anti-Heimatfilm bietet ein breites Spektrum an möglichen weiteren Forschungen. Denn er ist einerseits noch wenig untersucht, andererseits ein Genre, dass sich mit einem Thema beschäftigt, dass stets relevant ist: Denn Heimat ist etwas, das jeden betrifft. Heimat unterliegt einem ständigen Wandel im gesellschaftlichen Diskurs. Und diesem Diskurs ist auch die filmische Darstellung von Heimat unterlegen. Ein mögliches Feld der Untersuchung wäre also der Anti-Heimatfilm im Wandel der Zeit. Wie hat sich dieser verändert und wie geht dies mit der gesellschaftlichen Akzeptanz mit sich?

Ein weiteres spannendes Feld ist natürlich der Vergleich zwischen Anti-Heimatfilm und Heimatfilm und seinen Sehern. Wie unterschieden sich diese in ihren Einstellungen hinsichtlich Romantik und ihren Werten? Welche Rolle spielt hier die nationale Identität? Und wie unterscheiden sich diese beiden Genres in ihrer Darstellung von Heimat? Welche Motive spielen eine Rolle und wie verändert sich deren Darstellung und Gewichtung innerhalb der Geschichte?

16. Literaturverzeichnis

- Allenspach, Dominik: Der Effekt der Systemunterstützung auf die politische Partizipation. Eine vergleichende Analyse westlicher Demokratien. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2012
- Améry, Jean: Wieviel Heimat braucht der Mensch? In: Heidelberger-Leonard, Irene (Hrsg.): Jean Améry. Werke in 9 Bänden, Klett-Cotta: Stuttgart. 2002. S. 86-117
- Backen, Inga: Theorie und Praxis des Kinofilmmarketings. Professionelles Marketing durch Produktions- und Verleihunternehmen. Grin Verlag: Norderstedt. 2009
- Blumer, Herbert: Der Methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus. In: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.): Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Band 1: Symbolischer Interaktionismus und Ethnomethodologie. Rowohlt: Rheinbek. 1973. S. 80-146
- Bonfadelli, Heinz: Medienwirkungsforschung 1. Grundlagen und theoretische Perspektiven. UVK Verlagsgesellschaft mbH: Konstanz. 2004
- Brinkmann, Kai-Uwe: Seidls „Paradies: Hoffnung“. In: Haltener Zeitung, Online-Ausgabe vom 20.05.2013. <http://www.haltenerzeitung.de/leben-und-erleben/kultur-region/Im-Kino-Seidls-Paradies-Hoffnung;art1541,2007745>, abgerufen am 09.10.2014
- Broch, Hermann: Das Weltbild des Romans. In: Arendt, Hannah (Hrsg.): Dichten und Erkennen. Essays. Band 1. Rhein Verlag: Zürich. 1955. S. 211-238
- Brückel, David Benjamin: Zurück in die Zukunft. Zur Diskussion des Heimatphänomens im deutschsprachigen Film am Beispiel von Edgar Reitz' Filmroman Heimat. Diplomarbeit. Universität Wien. 2009
- Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag: Wien/Köln/Weimar. 2002
- Büttner, Elisabeth: Über Ruinen zu neuem Leben/Kontinuitäten. In: Filmhimmel Österreich, Nr. 063, 4. April 2007. Verlag Filmarchiv Austria: Wien. 2007
- Colby, Ann/Kohlberg, Lawrence: Das moralische Urteil: Der kognitionszentrierte entwicklungspsychologische Ansatz. In: Bertram, Hans (Hrsg.): Gesellschaftlicher Zwang und moralische Autonomie. Suhrkamp: Frankfurt/M. 1986. S. 130-162
- Drosdowski, Günther/ Scholze-Stubenrecht, Werner/ et.al.: Duden. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Wörterbuch der deutschen

- Idiomatik. In: Der Duden in zwölf Bänden. Band 11. Dudenverlag: Mannheim/Leipzig/Zürich. 1992
- von Engelhardt, Michael: Erving Goffman: Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. In: Jörisen, Benjamin/Zirfas, Jörg (Hrsg.): Schlüsselwerke der Identitätsforschung. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. 2010
- Esterhammer, Ruth: Heimatfilm in Österreich: Einblicke in ein facettenreiches Genre. In: Neuhaus, Stefan (Hrsg.): Literatur im Film: Beispiele einer Medienbeziehung. Verlag Königshausen und Neumann GmbH: Würzburg. 2008. S. 177-191
- von Festenberg, Nikolaus: Die neue Alm. In: Der Spiegel 31/2007. S. 136-137
- Fetscher, Iring: Heimatliebe – Brauch und Mißbrauch eines Begriffs. In: Görner, Rüdiger (Hrsg.): Heimat im Wort: die Problematik eines Begriffs im 19. und 20. Jahrhundert. Iudicium Verlag: München. 1992. S. 15-35
- Frankfurter, Bernhard: Heile Welt und Untergang. Zur Mythologie des Heimatfilms. In: Blümlinger, Christa (Hrsg.): Sprung im Spiegel: Filmisches Wahrnehmen zwischen Fiktion und Wirklichkeit. Sonderzahl Verlagsgesellschaft: Wien. 1990. S. 335-342
- Frisch, Max: Die Schweiz als Heimat? Rede zur Verleihung des Großen Schillerpreises, 1974
- Garz, Detlef: Lawrence Kohlberg. Zur Einführung. Junius Verlag: Hamburg. 1996
- Ghaderie, Cinur: Politische Identität – Ethnizität – Geschlecht. Selbstverortungen politisch aktiver MigrantInnen. Springer VS: Wiesbaden. 2014
- Görner, Rüdiger (Hrsg.): Heimat im Wort: die Problematik eines Begriffs im 19. und 20. Jahrhundert. Iudicium Verlag: München. 1992
- Grancy, Anthe Senarclens de: „Moderner Stil“ und „Heimisches Bauen“. Architekturreform in Graz um 1900. Böhlau Verlag: Wien, Köln, Weimar. 2001
- Grimm, Jürgen: Medienkitsch als Wertungs- und Rezeptionsphänomen. Zur Kritik des Echtheitsdiskurses. In: Höllerer Walter, Norbert Mittler, Joachim Sartorius (Hrsg.): Sprache im technischen Zeitalter. 36. Jahrgang, 1998, S. 334-364.
- Grimm, Jürgen: Super Nannys. Ein TV-Format und sein Publikum. UVK Verlagsgesellschaft mbH: Konstanz. 2006
- Grimm, Jürgen: Eudaimonistischer Rausch. Kitsch und moralische Glückseligkeit. In: Medien & Zeit: Kommunikation in Geschichte und Gegenwart. Nr. 4/2012. Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung“. Wien. 2012. S. 14-23

- Gschlad, Nicole: Nationale Identität. Ein Vergleich zwischen Österreich und der Schweiz. Diplomarbeit. Universität Wien. 2009
- Hoell, Joachim: Mythenreiche Vorstellungswelt und ererbter Alptraum: Ingeborg Bachmann und Thomas Bernhard. VanBremen Verlagsbuchhandlung Berlin: Berlin. 2000
- Kneidinger, Bernadette: Geopolitische Identitätskonstruktionen in der Netzwerkgesellschaft. Mediale Vermittlung und Wirkung regionaler, nationaler und transnationaler Identitätskonzepte. Springer VS: Wiesbaden. 2013
- Koppensteiner, Jürgen: Anti-Heimatliteratur: Ein Unterrichtsversuch mit Franz Innerhofers Roman „Schöne Tage“. In: Die Unterrichtspraxis 14. 1981, S. 9 – 19
- Kohlberg, Lawrence: Moralische Entwicklung und demokratische Erziehung. In: Lind, Georg/Raschert, Jürgen: Moralische Urteilsfähigkeit. Eine Auseinandersetzung mit Lawrence Kohlberg über Moral, Erziehung und Demokratie. Beltz Verlag: Weinheim/Basel. 1987
- Krah, Hans/Wiesel, Jörg: „Volksmusik“ und (Volks-)Gemeinschaft. Eine unheimliche Beziehung. In: Krah, Hans (Hrsg.): Geschichte(n): NS-Film – NS-Spuren heute. Verlag Ludwig: Kiel. 2000. S. 123-173
- Krumeich, Gerd: Kriegsfront-Heimatfront. In: Hirschfeld, Gerhard/Krumeich, Gerd/Langewiesche, Dieter/Ullmann, Hans-Peter (Hrsg.): Kriegserfahrungen. Studien zur Sozial- und Mentalitätsgeschichte des Ersten Weltkrieges, Schriften der Bibliothek für Zeitgeschichte; Nr. 5, Klartext Verlag: Essen. 1997. S. 12-19
- Langenbacher, Wolfgang R.: Kulturpolitisches Wörterbuch, BR Deutschland / DDR im Vergleich. J. B. Metzler: Stuttgart. 1983
- Liessmann, Konrad Paul: Kitsch! oder Warum der schlechte Geschmack der eigentlich gut ist. Christian Brandstätter Verlagsgesellschaft m.b.H.: Wien. 2002
- Liessmann, Konrad Paul: Kitsch. In: Medien & Zeit: Kommunikation in Geschichte und Gegenwart. Nr. 4/2012. Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung“: Wien. 2012. S. 24-28
- Liessmann, Konrad Paul/Grimm, Jürgen: Zwischen Winnetou und Gartenzwerg: Konrad Paul Liessmann und Jürgen Grimm im Gespräch über das Phänomen Kitsch. In: Medien & Zeit: Kommunikation in Geschichte und Gegenwart. Nr. 4/2012. Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung“: Wien. 2012. S. 4-13
- Lindner-Braun, Christa: Mediennutzung. Methodologische, methodische und theoretische Grundlagen. Lit Verlag Dr. W. Hopf: Berlin. 2007

- Menasse, Robert: Das Land ohne Eigenschaften. Essay zur österreichischen Identität. 2. Auflage. Sonderzahl Verlagsgesellschaft m.b.H.: Wien. 1993
- Merten, Klaus (1984): Vom Nutzen des "Uses and Gratifications Approach". Anmerkungen zu Palmgreen. In: Rundfunk und Fernsehen, 32, S. 66-71
- Neumeyer, Michael: Heimat. Zu Geschichte und Begriff eines Phänomens. Selbstverlag des Geographischen Instituts der Universität Kiel: Kiel. 1992
- Peinbauer, Rene: Zurück in die Anti-Heimat. Das Heimkehrmotiv in ausgewählten Werken von Gerhard Fritsch, Franz Innerhofer, Robert Menasse und Peter Zimmermann. Diplomarbeit Universität Wien: Wien. 2007
- Ploskov, Sabine: Heimatfilm als Spiegel österreichischer Mentalitätsgeschichte. Die Transformation der Geschlechterrepräsentation im Modernen Heimatfilm. Diplomarbeit Universität Wien. 2013
- Schwartz, Shalom H: Are there Universal Aspects in the Structure and Content of Human Values? In: Journal of Social Issues, Nr. 50, 1994 S. 19-45
- Schultheiss, Daniel: Im Reich der interstellaren Händler: Internetgames als innovative Spielform. Eine Längsschnittstudie zur Spielmotivationen, Spielerleben und Spielverhalten am Beispiel eines Langzeit-Browsergames. Universitätsverlag: Ilmenau. 2009
- Schweiger, Wolfgang: Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. VS Verlag: Wiesbaden. 2007
- Steiner Daviau, Gertraud: Der Bergfilm zwischen Kunst, Kitsch und Ideologie. Über Ganghofer, Fanck, Riefenstahl und Trenker zum Heimatfilm. In: Aspetsberger, Friedbert (Hrsg.): Der Berg. .Einige Berg- und Tal-, Lebens- und Todesbahnen. StudienVerlag: Innsbruck. 2001. S. 302-315
- Steiner, Gertraud: Die Heimat-Macher. Kino in Österreich 1946-1966. Österreichische Texte zur Gesellschaftskritik. Band 26. Verlag für Gesellschaftskritik: Wien. 1987
- Stieber, Barbara: Heimatliche Bilderwelten. Darstellung von Heimat und Lesarten der Filmkritik – eine qualitative Analyse zum österreichischen Heimatfilm. Diplomarbeit. Universität Wien: Wien. 2009
- Strasser, Christian: Das Salzburger Land als Projektionsfläche von Politik und Gesellschaft im Heimatfilm. In: Pasinato, Antonio (Hrsg.): Heimatsuche: regionale Identität im österreichisch-italienischen Alpenraum. Verlag Königshausen und Neumann GmbH: Würzburg. 2004. S. 67-80
- Trimborn, Jürgen: Der deutsche Heimatfilm der fünfziger Jahre: Motive, Symbole und Handlungsmuster. Teiresias Verlag: Köln. 1998

Abteilung Frauenförderung und Gleichstellung der Universität Wien: Gender im Fokus. Frauen und Männer an der Universität Wien 4. Universität Wien: Wien. 2013

Zillman, Dolf: Über behagende Unterhaltung in unbehagender Medienkultur. In: Bosshart, Louis/Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hrsg.): Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. Klemm und Ölschlager: München. 1994. S. 41-57

Zillmann, Dolf: Mood management in the context of selective exposure theory. In: Roloff, M.E. (Hrsg.): Communication Yearbook 23. Thousand Oaks, Sage Publications: Beverly Hills, CA. 2000. S. 103-123

Websites

Berndt, Christina: Gemischte Gefühle: Heimatgefühl. Im Wohlfühl-Ort. In: Süddeutsche.de, Online-Ausgabe vom 30.12.2010. <http://www.sueddeutsche.de/wissen/gemischte-gefuehle-heimatgefuehl-im-wohlfuehl-ort-1.1041384>, abgerufen am 30.10.2014

Breyer, Till: Scham als Angst. Vergleichende Untersuchung zu Kierkegaards Entwurf eines Schambegriffs. In: e-Journal Philosophie der Psychologie, Nr. 5, Mai 2006. <http://www.jp.philo.at/texte/BreyerT1.pdf>, abgerufen am 14.10.2014

Demokratiezentrum Wien: Entwicklung der Staatsbürgerschaft in Österreich. <http://www.demokratiezentrum.org/wissen/timelines/entwicklung-der-staatsbuergerschaft.html>, abgerufen am 24.10.2014

Der Spiegel: Bauer schmatzt. In: Der Spiegel. Ausgabe Nr. 50/1976. <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-41119605.html>, abgerufen am 4.11.2014

Ehs, Tamara: Innerlich stets austrophil. In: Die Presse, 19.01.2013, <http://diepresse.com/home/spectrum/zeichenderzeit/1334505/Innerlich-stets-austrophil>, abgerufen am 4.11.2014

Greiner, Rasmus: Film im Nationalsozialismus. Kinospaß nach Nazi-Maß. Spiegel Online. 4.11.2008. <http://www.spiegel.de/einestages/film-im-nationalsozialismus-a-947764.html>, abgerufen am 30.10.2014

Grimm, Jacob und, Wilhelm: Deutsches Wörterbuch. <http://woerterbuchnetz.de/DWB/?sigle=DWB&mode=Vernetzung&lemid=GH05424>, abgerufen am 20.5.2013

Pflaum, Hans Günther: Im Gespräch mit.... <http://www.arte.tv/de/hans-guenther-pflaum/104518,CmC=1657828.html>; abgerufen am 07.10.2014

<http://www.paradies-trilogie.at/blog/detail/die-ulrich-seidl-methode/>, abgerufen am 09.10.2014

17. Filmografie

Paradies: Liebe (Starttermin 30.11.2012)

Produktion: Ulrich Seidl Film - Koproduktion: Société Parisienne (FR), Tat Film (DE)

Verleih: StadtkinoFilmverleih

Regie: Ulrich Seidl

Drehbuch: Ulrich Seidl, Veronika Franz

Länge: 120 Minuten

Darsteller: Margarethe Tiesel, Peter Kazungu, Inge Maux, Dunja Sowinetz, Helen Brugat, Gabriel Mwarua, Josphat Hamisi und Carlos Mkutano

Paradies: Glaube (Starttermin 1.1.2013)

Produktion: Ulrich Seidl Film - Koproduktion: Société Parisienne (FR), Tat Film (DE)

Verleih: StadtkinoFilmverleih

Regie: Ulrich Seidl

Drehbuch: Ulrich Seidl, Veronika Franz

Länge: 113 Minuten

Darsteller: Maria Hofstätter, Nabil Saleh

Paradies: Hoffnung (Starttermin 15.3.2013)

Produktion: Ulrich Seidl Film - Koproduktion: Société Parisienne (FR), Tat Film (DE)

Verleih: StadtkinoFilmverleih

Regie: Ulrich Seidl

Drehbuch: Ulrich Seidl, Veronika Franz

Länge: 91 Minuten

Darsteller: Melanie Lenz, Verena Lehbauer, Joseph Lorenz, Michael Thomas, Vivian Bartsch

18. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Perspektiven der Mediennutzungsforschung (nach Schweiger 2007: 21).....	46
Tabelle 2: Demographische Merkmale.....	98
Tabelle 3: Demographische Merkmale – Studienrichtung.....	99
Tabelle 4: Demographische Merkmale und Antiheimatfilm-Konsum.....	99
Tabelle 5: Ordentliche Studierende der Universität Wien nach Altersklassen (Quelle: uni:data).....	100
Tabelle 6: Herkunft.....	101
Tabelle 7: Herkunft zusammengefasst.....	101
Tabelle 8: Herkunft und Anti-Heimatfilmkonsum.....	102
Tabelle 9: Herkunft zusammengefasst und Anti-Heimatfilmkonsum.....	102
Tabelle 10: Aktueller Wohnort.....	103
Tabelle 11: Aktueller Wohnort und Anti-Heimatfilmkonsum.....	103
Tabelle 12: Politische Orientierung.....	104
Tabelle 13: Politische Orientierung und Anti-Heimatfilmkonsum.....	104
Tabelle 14: Wöchentliche Mediennutzung in Stunden.....	105
Tabelle 15: TV-Interesse allgemein.....	106
Tabelle 16: TV-Nutzungsmotive allgemein.....	106
Tabelle 17: Nutzung: Idyllische Heimatserien (Der Bergdoktor, Ein Schloss am Wörthersee usw.).....	107
Tabelle 18: Nutzung: Österreichische Krimiserien (SOKO Donau/Kitzbühel, Kottan ermittelt usw.).....	107
Tabelle 19: Nutzung: Komödien aus Österreich (Muttertag, Komm süßer Tod usw.).....	107
Tabelle 20: Nutzung: Dramen aus Österreich (Atmen, Die Klavierspielerin usw.).....	107
Tabelle 21: Nutzung: Österreichische Dokumentarfilme (We feed the world, Plastic Planet usw.).....	107
Tabelle 22: Anti-Heimatfilmkonsum.....	108
Tabelle 23: Heimatfilm-Konsum.....	108
Tabelle 24: Zuwendungsmotive Anti-Heimatfilm.....	109
Tabelle 25: Ablehnungsmotive Anti-Heimatfilm.....	109
Tabelle 26: TV-Interesse AHF-Seher und AHF-Verweigerer.....	110
Tabelle 27: TV-Nutzung AHF-Seher und AHF-Nichtseher.....	110
Tabelle 28: Nutzung österreichischer Formate AHF-Seher und AHF-Nichtseher.....	111
Tabelle 29: Nutzung österreichischer Formate AHF-Seher und AHF-Nichtseher zusammengefasst.....	112
Tabelle 30: Romantik-Typ allgemein.....	114
Tabelle 31: Romantik-Typ Intensität.....	114
Tabelle 32: Romantik-Typ Intensität AHF-Konsum.....	115
Tabelle 33: Romantiktyp Nutzungshäufigkeit AHF.....	115

Tabelle 34: Romantiktyp Zuwendungsmotive AHF	116
Tabelle 35: Romantiktyp Ablehnungsmotive AHF.....	116
Tabelle 36: Romantiktyp Bewertung AHF 1-3.....	117
Tabelle 37: Eigenschaftsbewertung AHF Version 1-3 Romantiktyp.....	118
Tabelle 38: Werteeinstellung AHF Konsum	120
Tabelle 39: Wertekategorien AHF-Konsum	121
Tabelle 40: Intensität Wertekategorien Bewertung AHF 1-3	122
Tabelle 41: Nationale Identität AHF-Konsum.....	124
Tabelle 42: Patriotismus Intensität AHF-Konsum	124
Tabelle 43: Kosmopolitismus Intensität AHF-Konsum	124
Tabelle 44: Kosmopolitismus Zuwendungsmotive AHF	125
Tabelle 45: Kosmopolitismus Ablehnungsmotive AHF.....	126
Tabelle 46: Kontrollerwartung allgemein.....	127
Tabelle 47: Kontrollerwartung Politik/Alltag.....	127
Tabelle 48: Kontrollerwartung Nutzungshäufigkeit AHF.....	128
Tabelle 49: Kontrollerwartung Bewertung AHF1-3.....	128
Tabelle 50: Kontrollerwartung Zuwendungsmotive AHF	129
Tabelle 51: Kontrollerwartung Ablehnungsmotive AHF.....	129
Tabelle 52: Sensation Seeking allgemein	130
Tabelle 53: Sensation Seeking Nutzungshäufigkeit AHF	130
Tabelle 54: Sensation Seeking Bewertung AHF1-3	130
Tabelle 55: Sensation Seeking Zuwendungsmotive AHF	131
Tabelle 56: Sensation Seeking Ablehnungsmotive AHF.....	131
Tabelle 57: Angstbewältigungstyp allgemein	132
Tabelle 58: Angstbewältigungstyp Nutzungshäufigkeit AHF	133
Tabelle 59: Angstbewältigungstyp Bewertung AHF1-3	133
Tabelle 60: Angstbewältigung Zuwendungsmotive AHF	134
Tabelle 61: Angstbewältigung Ablehnungsmotive AHF	134
Tabelle 62: Gesamtbewertung AHF Version 1-3	136
Tabelle 63: Eigenschaftsbewertung AHF Versionen 1-3.....	137
Tabelle 64: Involvement AHF Konsum.....	139
Tabelle 65: Narratives Engagement AHF Konsum	140

19. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bedürfnishierarchie nach Maslow (eigene Darstellung)	47
Abbildung 2: Unterhaltungsmotive im Überblick (vgl. Schweiger 2007: 111)	50
Abbildung 3: Grundgedanke des UGA (nach Schweiger 2007: 62)	52
Abbildung 4: Erwartungs-Bewertungs-Modell (nach Palmgreen 1984).....	54
Abbildung 5: Stufen der moralischen Urteilsbildung (eigene Darstellung nach Garz 1996: 55).....	68
Abbildung 6: Teresa Version 1 (Quelle: DVD Paradies: Liebe).....	92

Abbildung 8: Anna Maria Version 1 (Quelle: DVD Paradies: Glaube)	93
Abbildung 7: Anna Maria Version 1 (Quelle: DVD Paradies: Glaube)	93
Abbildung 9: Teresa Version 2 (Quelle: DVD Paradies: Liebe)	94
Abbildung 10: Anna Maria Version 2 (Quelle: DVD Paradies: Glaube)	95
Abbildung 11: Landschaft Version 3 (Quelle: DVD Paradies: Hoffnung)	96
Abbildung 12: Melanie Version 3 (Quelle: Paradies: Hoffnung)	96
Abbildung 13: Anna Maria Version 3 (Quelle: DVD Paradies: Glaube)	97

20. Anhang

Fragebogen

Vielen Dank für Ihr Interesse an unserer Umfrage. Zu Beginn möchten wir Ihnen versichern, dass alle Ihre Angaben streng vertraulich behandelt werden und nur im Zuge unserer Masterarbeiten ausgewertet werden. Alle Angaben bleiben anonym. Wir bitten Sie den Fragebogen gewissenhaft auszufüllen und alle Fragen ehrlich zu beantworten!

Wie viel Zeit wenden Sie normalerweise pro Woche für die folgenden Medien auf?

Fernsehen/ Video (einschl. Teletext):	Stunden	Minuten pro Woche
Radio:	Stunden	Minuten pro Woche
Tageszeitung:	Stunden	Minuten pro Woche
Zeitschriften/Illustrierte/Wochenzeitung:	Stunden	Minuten pro Woche
Buch:	Stunden	Minuten pro Woche
Computer (ohne Internet):	Stunden	Minuten pro Woche
Internet:	Stunden	Minuten pro Woche

Im Fernsehen werden sowohl unterhaltende wie auch informierende Sendungen gezeigt. Wie sehr sind Sie persönlich an Fernsehunterhaltung und wie sehr sind Sie an Fernsehinformationen interessiert?

Ich bin interessiert an Fernsehunterhaltung: gar nicht o o o o o o o sehr stark
Ich bin interessiert an Fernsehinformation: gar nicht o o o o o o o sehr stark

Man kann sich Fernsehsendungen aus verschiedenen Gründen zuwenden, z.B. weil man in eine bessere Stimmung kommen will, weil man abschalten will, weil man Informationen sucht oder auch ganz einfach aus Gewohnheit. Wie häufig treffen diese Gründe auf Ihre Fernsehnutzung zu?

Ich sehe fern, ...:

um abzuschalten	nie	o o o o o o o	immer
um Informationen zu bekommen	nie	o o o o o o o	immer
um meine Stimmung zu verbessern	nie	o o o o o o o	immer
aus Gewohnheit	nie	o o o o o o o	immer

Denken Sie jetzt einmal an einzelne Sendungsarten. Sehen Sie häufiger Liebes- und Schicksalsfilme oder legen Sie mehr Wert auf aktionsbetonte Filme wie Krimis oder Actionthriller? Berücksichtigen Sie bei Ihrer Antwort auch Sendungen, die Sie auf Video bzw. DVD sehen. Zutreffendes bitte ankreuzen!

Sendungsart/ Genre	nie	1 - 2 mal pro Monat	1 mal pro Woche	2 – 4 mal pro Woche	5 mal und mehr pro Woche
Romantische Spielfilme/ Serien (Liebes- und Schicksalsfilme, Rosamunde Pilcher usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Heimatfilme/ -serien (Filme/Serien mit Bezug zu Österreich)	☐	☐	☐	☐	☐
Actionbetonte Spielfilme/ Serien (Action, Krimi, Thriller, Western, Science Fiction usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Horrorfilme/ Serien (Grusel, Horror, Splatter usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Lustige Spielfilme/ Serien (SitComs, Komödien, Comedy usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Boulevard-Magazine (Seitenblicke, Hi Society, Explosiv, Taff usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Kontakt-Dating-Shows (Bauer sucht Frau, Liebesgeschichten und Heiratsachen usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Sendungen über Partnerschafts-/ Familienkonflikte (Verdachtsfälle, Familien im Brennpunkt usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Nachrichten (Zeit im Bild, Wochenschau, ATV aktuell usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Politische Magazinsendungen/ Politische Diskussionsrunden (Thema, Report, Offen gesagt, Pressestunde, Hohes Haus usw.)	☐	☐	☐	☐	☐

Wie häufig sehen Sie folgende österreichische Formate?

Sendungsart	nie	1 - 2 mal pro Monat	1 mal pro Woche	2 - 4 mal pro Woche	5 mal und mehr pro Woche
Alte Heimatfilme (50-er bis 70-er Jahre) (Echo der Berge, Der Hofrat Geiger, Heimatland, Sissi usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Kritische Heimatfilme (Das weiße Band, Paradies: Liebe/Hoffnung/ Glaube usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Idyllische Heimatserien (Der Bergdoktor, Ein Schloss am Wörthersee usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Österreichische Krimiserien (SOKO Donau/ Kitzbühel, Kottan ermittelt, usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Komödien aus Österreich (Muttertag, Komm süßer Tod usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Dramen aus Österreich (Atmen, Die Klavierspielerin usw.)	☐	☐	☐	☐	☐
Österreichische Dokumentarfilme (We feed the world, Plastic Planet usw.)	☐	☐	☐	☐	☐

FILTER: Warum sehen Sie kritische Heimatfilme? Bitte geben Sie an wie sehr folgende Gründe auf Sie zutreffen!

Ich sehe Heimatfilme, ...	trifft nicht zu				trifft sehr zu
um mich zu entspannen	☐	☐	☐	☐	☐
um mich abzulenken	☐	☐	☐	☐	☐

um mich zu unterhalten	☐	☐	☐	☐	☐
aus Gewohnheit	☐	☐	☐	☐	☐
aus Langeweile	☐	☐	☐	☐	☐
weil mir die Charaktere sympathisch sind	☐	☐	☐	☐	☐
weil ich mich mit den Charakteren identifizieren kann	☐	☐	☐	☐	☐
weil ich die Landschaften mag	☐	☐	☐	☐	☐
weil ich die Geschichten spannend finde	☐	☐	☐	☐	☐
weil mir die Filme das Gefühl geben ehrlich zu sein	☐	☐	☐	☐	☐
weil mich die Filme zum Lachen bzw. zum Weinen bringen	☐	☐	☐	☐	☐

FILTER: Warum sehen Sie nie kritische Heimatfilme? Bitte geben Sie an wie sehr folgende Gründe auf Sie zutreffen!

Ich sehe Heimatfilme nicht, ...	trifft nicht zu				trifft sehr zu
weil sie mich nicht unterhalten	☐	☐	☐	☐	☐
weil sie mich anstrengen	☐	☐	☐	☐	☐
weil die Filme nicht romantisch sind	☐	☐	☐	☐	☐
weil mir die Charaktere unsympathisch sind	☐	☐	☐	☐	☐
weil ich mich nicht mit den Charakteren identifizieren kann	☐	☐	☐	☐	☐
weil ich die Landschaftsaufnahmen nicht mag	☐	☐	☐	☐	☐
weil ich nichts für kritische Geschichten übrig hab	☐	☐	☐	☐	☐
weil die Filme auch die negativen Seiten der Menschen zeigen	☐	☐	☐	☐	☐
weil mich die Filme emotional nicht ansprechen	☐	☐	☐	☐	☐

Lesen Sie sich folgende Aussagen durch und geben Sie an, wie sehr Sie diesen zustimmen.

Ich stimme ... zu.	nicht	überhaupt							sehr
Romantik ist Balsam für die Seele.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Heimatfilme vermitteln mir ein Gefühl von Geborgenheit.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Öffentliche Gefühlsausbrüche finde ich unerträglich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kitsch macht mich aggressiv.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bei emotionalen Filmszenen fange ich an zu weinen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bei mir muss man nicht lange auf die Tränendrüse drücken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich sehne mich nach Liebe und Geborgenheit.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die große Liebe bleibt immer ein unerfüllter Traum.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Romantik ist reine Phantasterei ohne Bezug zur Realität.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Romantikkram ist was für Weicheier.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Romantische Menschen sind altmodisch.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Romantische Gesten sind das Fundament einer guten Beziehung.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich liebe Sonnenuntergänge in der freien Natur.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ich hasse Heimatfilme.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gartenzwerge im Blumenbeet finde ich schrecklich!	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich mich dabei ertappe, im Kino zu weinen, dann ist mir das peinlich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich andere leiden sehe, werde ich selbst traurig.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich mag traurige Filme.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Manchmal wünsche ich mir, mein Leben wäre so romantisch wie im Liebesfilm.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Manchmal stelle ich mir vor, mit meinem Traumpartner/in auf einer einsamen Insel zu sein.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Liebesgeschichten finde ich unecht und kitschig.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Nachstehend finden Sie verschiedene Werte oder Ziele. Bitte geben Sie an, wie wichtig diese Werte für Sie persönlich sind.

Folgende Werte sind mir ...	ganz unwichtig							sehr wichtig
Hilfsbereitschaft/ Solidarität	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vertrauen/ Ehrlichkeit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Harmonie	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Liebe/ Zuneigung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gerechtigkeit/ Fairness	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sicherheit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ordnung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Anpassung/ Konformität	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Toleranz	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Leistung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Freiheit/ Selbstbestimmung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Macht / Stärke	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Schönheit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Spaß / Genuss	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Erfolg / Ansehen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wohlstand/ Reichtum	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gleichheit/Gleichwertigkeit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tradition	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wissen/ Fähigkeiten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Stimulation/ Abwechslung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Treue/ Verlässlichkeit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Recht/ Gesetze	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Heimat/ Verwurzelung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gesundheit/ Fitness	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Freizeit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu? Zutreffendes bitte ankreuzen!

Die Aussage trifft ... auf mich zu	überhaupt nicht							voll ganz und
Ich fühle mich Österreicher(inne)n nahe.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Österreicher(inne)n würde ich immer helfen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich liebe die österreichischen Landschaften.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Am liebsten mache ich Urlaub in Österreich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Wenn ich die österreichische Fahne sehe und die Hymne höre, habe ich ein erhebendes Gefühl.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Im Ausland mache ich meine Zugehörigkeit zu Österreich gerne durch die Nationalfarben kenntlich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Demokratie in Österreich liegt mir am Herzen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Für den Erhalt der verfassungsrechtlichen Gesetze in Österreich würde ich jederzeit Opfer bringen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ich fühle mich mit der österreichischen Geschichte im Guten wie im Schlechten verbunden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich bemühe mich, mit der österreichischen Geschichte in möglichst vielen Details vertraut zu sein.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich der österreichischen Kultur in ihrer Tradition und Vielfalt zugehörig.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Um kulturelle Veranstaltungen in Österreich zu besuchen, ist mir kein Aufwand zu groß.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich fiebre mit österreichischen Sportlern mit, egal ob sie gewinnen oder verlieren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Um die Siege österreichischer Sportler mitzuerleben, sehe ich möglichst viele Sportsendungen an.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über Österreich zu?

Ich stimme ... zu	nicht	überhaupt						voll und ganz
So gut wie Österreich ist kein anderes Land.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Österreicher(innen) sind besser als andere Menschen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Österreich kommt am besten für sich alleine zurecht.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Österreich muss sich gegen zu starke Überfremdung zur Wehr setzen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Um die nationalen Interessen Österreichs zu wahren, muss man auch bereit sein, Gewalt gegen äußere Feinde anzuwenden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es ist nur recht und billig gegen Leute, die den inneren Frieden in Österreich bedrohen, Zwangsmittel einzusetzen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen über Österreich und andere Nationen zu?

Ich stimme ... zu	nicht	überhaupt							voll und ganz
Ich denke immer mal darüber nach, was es bedeutet, Österreicher(in) zu sein.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Im Urlaub merke ich besonders, dass ich Österreicher bin.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Keine Nation kann sicher sein, das moralisch Gute zu verkörpern.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich bin kritisch gegenüber dem, was in Österreich als Selbstverständlich gilt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Man kann von anderen Nationen viel lernen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In Österreich kann es gar nicht genug Vielfalt geben.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Einwanderer beleben die österreichische Kultur.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich feiere gern mit Angehörigen anderer Nationen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich als Weltbürger.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Im Grunde sind die Menschen aller Nationen gleich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Menschheit kann nur überleben, wenn sie stärker zusammenrückt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die gegenwärtigen Probleme erzwingen eine enge Zusammenarbeit aller Nationen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Im Folgenden stehen jeweils zwei Aussagen einander gegenüber. Bitte entscheiden Sie bei jedem Paar, welche Aussage eher zutrifft. Bitte kreuzen Sie nur jeweils eine der Antwortalternativen an.

☐ Vieles Unglück im Leben der Menschen ist zum Teil auf Pech zurückzuführen.
☐ Unglück ist die Folge von Fehlern, die man selbst gemacht hat.
☐ Es hat sich für mich als gut erwiesen, selbst Entscheidungen zu treffen, anstatt mich auf das Schicksal zu verlassen.
☐ Ich habe oft die Erfahrung gemacht, dass die Dinge kommen, wie sie kommen müssen.
☐ Es lohnt sich nicht immer, zu weit voranzuplanen, weil viele Dinge schließlich doch vom Zufall abhängen.
☐ Wenn ich Pläne mache, bin ich meist sicher, dass ich sie auch verwirklichen kann.

☐	Ob ich das bekomme, was ich will, hat bei mir so gut wie nichts mit Glück zu tun.
☐	Häufig könnte man Entscheidungen treffen, indem man eine Münze wirft.
☐	Es wird immer Kriege geben, auch wenn sich die Menschen noch so sehr Mühe geben, sie zu verhindern.
☐	Eine der Hauptgründe, warum es Kriege gibt, ist, dass sich Menschen nicht genug um Politik kümmern.
☐	Die Welt wird von einigen wenigen Mächtigen beherrscht, der kleine Mann kann nur wenig daran ändern.
☐	Auch der Durchschnittsbürger kann Einfluss auf die Entscheidungen der Regierung nehmen.
☐	Durch aktive Beteiligung im politischen und gesellschaftlichen Bereich kann man Einfluss nehmen auf Ereignisse von weltweiter Bedeutung.
☐	Bei dem, was auf der Welt geschieht, sind die meisten von uns Opfer von Kräften, die wir weder verstehen noch beeinflussen können.
☐	Mit genügend Anstrengung kann man politische Korruption ausmerzen.
☐	Für den einzelnen ist es schwierig, Einfluss darauf auszuüben, was die Politiker in ihrem Amt leisten.

Im Folgenden stehen jeweils zwei Aussagen einander gegenüber. Bitte entscheiden Sie bei jedem Paar, welche Aussage eher zutrifft. Bitte kreuzen Sie nur jeweils eine der Antwortalternativen an.

☐	Ich liebe ausgelassene, wilde Partys.
☐	Ich bevorzuge ruhige Partys mit guten Gesprächen.
☐	Ich würde gerne einen Fallschirmsprung versuchen.
☐	Ich würde nie mit einem Fallschirm aus dem Flugzeug springen.
☐	Ich erkunde gerne eine neue Stadt, auch wenn ich mich verirren könnte.
☐	An Orten die ich nicht gut kenne, versuche ich mich einer Reisegruppe anzuschließen.
☐	Ich mag am liebsten Freundschaften, die einen immer wieder Überraschungen und Aufregungen bringen.
☐	Ich bevorzuge Freundschaften die zuverlässig und beständig sind.
☐	Ich mache manchmal gerne Dinge, die ein bisschen angsteinflößend sind.
☐	Als vernünftiger Mensch vermeide ich riskante Dinge.
☐	Ich liebe aufregende und neue Erfahrungen auch wenn sie manchmal unkonventionell oder illegal sind.
☐	Ich bin nicht darauf aus, um jeden Preis neue und aufregende Erlebnisse zu haben.
☐	Es gibt Filme, die ich mir auch ein zweites oder drittes Mal ansehen würde.
☐	Meistens langweilt es mich, Filmwiederholungen zu sehen.
☐	Überdrehte Menschen nerven mich.
☐	Ich kann Langweiler nicht ausstehen.

Bitte geben Sie an, wie oft folgende Aussagen auf Sie zutreffen. Bei "fast nie" kreuzen Sie ganz links, bei "fast immer" ganz rechts an. Mit den Kästchen dazwischen können Sie abstufen.

Folgende Aussagen treffen auf mich ... zu.	fast nie							fast immer
Ich werde schnell müde.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich verpasse günstige Gelegenheiten, weil ich mich nicht schnell genug entscheiden kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich bin ruhig und gelassen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich bin glücklich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich neige dazu, alles schwer zu nehmen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mir fehlt es an Selbstvertrauen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich geborgen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich niedergeschlagen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unwichtige Gedanken gehen mir durch den Kopf und bedrücken mich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich werde nervös und unruhig, wenn ich an meine derzeitigen Angelegenheiten denke.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Lesen Sie sich folgende Aussagen durch und geben Sie an, wie sehr Sie diesen zustimmen!

Ich stimme ... zu	überhaupt nicht							voll und ganz
Ich sage immer, was ich denke.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich bin manchmal ärgerlich, wenn ich meinen Willen nicht bekomme.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich bin immer gewillt, einen Fehler, den ich mache, auch zuzugeben.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich habe gelegentlich mit Absicht etwas gesagt, was die Gefühle des anderen verletzen könnte.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Im Folgenden finden Sie zwei Szenarien gefolgt von Aussagen, was Sie in diesen Situationen tun würden. Bitte beurteilen Sie, wie sehr jede Aussage auf Sie zutrifft.

Stellen Sie sich vor, dass Sie richtig Angst vor dem Zahnarzt / der Zahnärztin haben, aber trotzdem gehen müssen. Wie sehr treffen folgende Aussagen auf Sie zu?	nicht zu trifft überhaupt						trifft voll und ganz zu
Ich würde den Zahnarzt / die Zahnärztin ganz genau fragen, was alles gemacht werden muss.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde vorher etwas trinken oder ein Beruhigungsmittel nehmen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde mir in Gedanken etwas Schönes vorstellen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde vom Zahnarzt / von der Zahnärztin wissen wollen, wann es wehtun wird.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde versuchen zu schlafen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ich würde den Zahnarzt / die Zahnärztin ganz genau beobachten und dem Bohrgeräusch zuhören.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde das Wasser beobachten, das aus meinem Mund fließt, um zu sehen, ob es blutig ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde in Gedanken Rätsel lösen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Stellen Sie sich lebhaft vor, dass es, durch einen großen Einbruch in den Umsätzen, Gerüchte über Entlassungen in Ihrer Abteilung gibt. Ihr Chef / Ihre Chefin hat eine Bewertung Ihrer Arbeit des vergangenen Jahres vorgenommen. Die Entscheidung über Entlassungen wird in ein paar Tagen bekannt gegeben. Wie sehr treffen folgende Aussagen auf Sie zu?	nicht zu trifft überhaupt						trifft voll und ganz zu
Ich würde meine KollegInnen fragen, ob sie irgendetwas wissen, was mein Chef/meine Chefin über mich geschrieben hat.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde mir noch einmal meine Stellenbeschreibung durchlesen und überprüfen, ob ich alle Aufgaben erfüllt habe.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde ins Kino gehen, um mich von meinen Gedanken abzulenken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde versuchen, mich an alle Diskussionen und Streitigkeiten mit meinem Chef / meiner Chefin zu erinnern, die dazu geführt haben könnten, dass er eine schlechtere Meinung von mir hat.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde alle Gedanken, entlassen zu werden, aus meinem Kopf verdrängen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ich würde meinem Partner / meiner Partnerin sagen, dass ich meine Chancen entlassen zu werden, lieber nicht diskutieren möchte.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde überlegen, welcher Kollege / welche Kollegin in meiner Abteilung wohl in den Augen meines Chefs / meiner Chefin seinen/ihren Job am schlechtesten erfüllt hat.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde meine Arbeit weiterhin so verrichten, als ob nichts Besonderes passiert wäre.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Sie sehen jetzt einen Filmausschnitt, der ca. 14 Minuten dauern wird. Bitte sehen Sie sich diesen komplett an, es werden im Anschluss noch ein paar Fragen zu diesem Film gestellt!

Was haben Sie von dem Film in Erinnerung?

Was hat Ihnen an diesem Film besonders gut gefallen?

Was hat Ihnen an diesem Film überhaupt nicht gefallen?

Bitte geben Sie bei folgenden Eigenschaften an, welcher Seite Sie eher zustimmen?

langweilig	o o o o o	spannend
unsympathisch	o o o o o	sympathisch
unangenehm	o o o o o	idyllisch
einfach	o o o o o	komplex
altmodisch	o o o o o	modern
traurig	o o o o o	lustig
nicht romantisch	o o o o o	romantisch
abstumpfend	o o o o o	berührend
kitschig	o o o o o	nicht kitschig
provozierend	o o o o o	nicht provozierend

Was hat der Film bei Ihnen persönlich ausgelöst? Wie sehr treffen folgende Aussagen auf Sie persönlich zu?

Trifft auf mich persönlich zu ...	nicht	überhaupt							voll und ganz
Begebenheiten in der Geschichte erinnern mich an meine eigenen Erfahrungen und Erlebnisse.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Aus manchen Punkten der Geschichte kann ich Anregungen für mein Leben ziehen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bei einigen Situationen in der Geschichte musste ich an Erzählungen von Freunden und Bekannten denken.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Einer bestimmten Person in der Geschichte fühle ich mich ziemlich ähnlich.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Manche Personen in der Geschichte könnten aus meinem Bekanntenkreis stammen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Eine Person in der Geschichte bewundere ich ganz besonders.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Bitte geben Sie an wie stark Sie folgenden Aussagen bezüglich des Films zustimmen!

Ich stimme ... zu.	nicht	überhaupt							voll und ganz
An manchen Stellen fiel es mir schwer zu verstehen, was gerade passiert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich habe ein unklares Bild von den Figuren/ Personen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es ist mir schwer gefallen, den roten Faden der Geschichte zu finden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meine Gedanken sind während des Films immer wieder abgeschweift.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Beim Sehen ist mir aufgefallen, dass ich an etwas anderes denke.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Es ist mir schwer gefallen, meine Gedanken nur auf den Film zu richten.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Der Film hat mich gefühlsmäßig berührt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Während des Films war ich froh, wenn eine Hauptfigur Erfolg hatte, und traurig, wenn ihr etwas Schlechtes passierte.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Manche Figuren/ Personen in dem Film haben mir Leid getan.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Während des Films war mein Körper im Zimmer, aber mein Geist war inmitten der Welt, die die Geschichte geschaffen hat.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Der Film schuf eine neue Welt für mich, und diese Welt verschwand plötzlich, als die Sendung endete.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
An manchen Stellen des Films war mir die Welt der Geschichte näher als die "echte Welt".	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Bitte geben Sie an, wie stark Sie sich in die Personen des Films hineinversetzen können!

Ich kann mich in ... hineinversetzen.	überhaupt nicht							voll und ganz
... Teresa (blonde Frau)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Anna Maria (dunkelhaarige Frau)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Und wie sympathisch sind Ihnen diese Personen des Films?

... ist mir ... sympathisch.	überhaupt nicht							voll und ganz
... Teresa (blonde Frau)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Anna Maria (dunkelhaarige Frau)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Wie bewundernswert erschienen Ihnen die Personen des Films?

... kam mir ... bewundernswert vor	nicht überhaupt							voll und ganz
... Teresa (blonde Frau)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
... Anna Maria (dunkelhaarige Frau)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Wie gut hat Ihnen der Film insgesamt gefallen?

gar nicht gut o o o o o o o sehr gut

Zum Schluss bitten wir Sie noch um ein paar Angaben zu Ihrer Person. Diese werden selbstverständlich, wie alle Ihre Angaben, streng vertraulich behandelt:

Geschlecht:

- ☐ männlich
- ☐ weiblich

Alter:

_____ Jahre

Bitte geben Sie ihren Familienstand an:

- ☐ Verheiratet
- ☐ In fester Partnerschaft, unverheiratet
- ☐ Ohne feste Partnerschaft

Welcher Nation gehören Sie an? (Herkunft der Familie)

- ☐ Österreich
- ☐ Deutschland
- ☐ Andere Nation: (bitte nennen)

In welchem Bundesland sind Sie aufgewachsen?

- ☐ Wien
- ☐ Niederösterreich
- ☐ Burgenland
- ☐ Steiermark
- ☐ Kärnten
- ☐ Oberösterreich
- ☐ Salzburg
- ☐ Tirol
- ☐ Vorarlberg
- ☐ nicht in Österreich aufgewachsen

Wieviele Einwohner hat der Ort, in dem Sie aufgewachsen sind

- ☐ Bis 5.000
- ☐ Bis 10.000
- ☐ Bis 50.000
- ☐ Bis 100.000
- ☐ Über 100.000

In welchem Bundesland leben Sie heute?

- ☐ Wien
- ☐ Niederösterreich
- ☐ Burgenland
- ☐ Steiermark
- ☐ Kärnten
- ☐ Oberösterreich
- ☐ Salzburg
- ☐ Tirol
- ☐ Vorarlberg
- ☐ nicht in Österreich

Wie würden Sie ganz allgemein Ihre politische Orientierung beschreiben?

links ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ rechts

Wie sehr sind Sie allgemein an Politik interessiert?

gar nicht interessiert ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr interessiert

Welche Partei haben Sie bei der letzten Nationalratswahl am 29.09.2013 gewählt?

- ☐ SPÖ
- ☐ ÖVP
- ☐ FPÖ
- ☐ Die Grünen
- ☐ BZÖ
- ☐ Team Stronach
- ☐ Neos
- ☐ Andere Partei
- ☐ Habe nicht gewählt/ war nicht wahlberechtigt

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Abstract

Der Anti-Heimattfilm ist eng mit dem Heimatfilm verbunden. Er konnte sich in den letzten Jahrzehnten aber auch unabhängig von ihm etablieren. Nichtsdestotrotz sind die Geschichte und die Motive des Heimatfilms für den Anti-Heimattfilm von existenzieller Bedeutung. Die Motive des Heimatfilms (Idylle, Liebe, Landschaft, etc.,) sind allesamt in den Anti-Heimattfilmen wiederzufinden. Und auch der gesellschaftliche Diskurs um Heimat spielt eine bedeutende Rolle für den Anti-Heimattfilm. War das Bemühen nach dem 2. Weltkrieg, Österreich wieder als einen Ort der Idylle darzustellen, für den Boom des klassischen Heimatfilms mitverantwortlich, so waren die kulturellen Widerstände gegen eben diese Vorgehensweise in den späten 60ern und 70ern für die Entwicklung des Anti-Heimattfilms von hoher Bedeutung. Heute existieren beide Versionen des filmischen Diskurses um den Begriff Heimat nebeneinander.

Diese Arbeit widmet sich den Anti-Heimattfilm-Sehern, aber auch den Anti-Heimattfilm-Verweigerern und sucht dabei Unterschiede in ihren Einstellungen zur Romantik, zu moralischen Werten und ihrer Einstellung zur nationalen Identität. Doch auch die Strategie der Angstbewältigung, Sensation Seeking und Kontrollerwartung sowie das Involvement und das narrative Engagement spielen eine Rolle in dieser Arbeit. Untersucht werden Unterschiede hinsichtlich der Bewertung und des generellen Konsums der Filme. Auch die Zuwendungs- und Ablehnungsmotive zum Anti-Heimattfilm werden hinsichtlich verschiedener Zustimmung angesehen.

Im Zuge dessen nahmen 182 Studierende an einer standardisierten Online-Befragung teil. Innerhalb dieser wurde den Probanden eine etwa 15 minütige Zusammenfassung der Paradies-Trilogie (Paradies: Liebe, Paradies: Glaube, Paradies: Hoffnung) von Ulrich Seidl in drei Versionen gezeigt. Die Versionen unterschieden sich hinsichtlich ihrer Darstellung der Attribute Konflikt, Landschaft und Ironie. Es wurde deutlich, dass vor allem Authentizität für die Anti-Heimattfilm-Seher sowie fehlende Emotionalität für die Anti-Heimattfilm-Verweigerer eine entscheidende Rolle spielte. Es konnte auch herausgefunden werden, dass die Einstellung zum Kosmopolitismus und Vermittlungswerten einen deutlichen Unterschied ausmachte. Keinen wesentlich Einfluss hingegen hatte die Einstellung zur Romantik und die psychologischen Merkmale (Angstbewältigung, Sensation Seeking, Kontrollerwartung). Landschaftliche Darstellungen im Film brachten mit sich, weniger komplex und romantischer wahrgenommen zu werden. Am besten wurde der Anti-Heimattfilm, der nur kritische Darstellungen enthielt, bewertet.

Abstract (english version)

Although the *Anti-Heimatfilm* is closely linked to the classical *Heimatfilm*, during the last decades an independent development of the former took place. Nevertheless, the history as well as the typical motives of the *Heimatfilm* still have a very high significance for the *Anti-Heimatfilm*. The motives of the *Heimatfilm* (idyll, love, landscapes, etc.) can all be found in the *Anti-Heimatfilm* as well. Furthermore, the social discourse about *Heimat* is an important part of the *Anti-Heimatfilm*.

As the endeavour to re-portray Austria as a place of idyll after World War II. contributed to the boom of the classical *Heimatfilm*, so had the cultural resistance against the aforementioned endeavours great impact on the development of the *Anti-Heimatfilm* during the late 60s and 70s. Today, both kinds of cinematic discourses about the concept *Heimat* exist side by side.

This thesis concentrates on the viewers of the *Anti-Heimatfilm*, as well as its deniers and establishes the differences in their attitude towards romance, moral values and national identity. Besides that, it covers the strategy to overcome fears, sensation seeking and locus of control as well as the involvement and the narrative engagement. Differences regarding the review and the general consumption of the different movies are analyzed, the motives of sympathy and rejection are looked at under the terms of different attitudes.

In this respect, 182 students participated in a standardized online survey. Within the scope of this survey, the probands saw three different versions of an approximately 15 minute synopsis of the *Paradies-Trilogie* (Paradies: Liebe, Paradies: Glaube, Paradies: Hoffnung) by Ulrich Seidl. The versions differed regarding the visualisation of the attributes conflict, landscape and irony. As important factors for the respective group of viewers the survey clearly highlights authenticity for the viewer of *Anti-Heimatfilm* and the lack of emotion for the viewer of *Heimatfilm*. It also was elaborated, that the attitude regarding cosmopolitanism and the mediation between individual and society had a great impact on the consumption and the rating of the *Anti-Heimatfilm*. The attitude regarding romance and psychological attributes (fear, sensation seeking and the locus of control on the other hand) had no considerable impact. The consequence of visualisation of landscapes within the movies resulted in a less complex but more romantic perception of the respective movie. The *Anti-Heimatfilm* that included only critical visualisations was rated best.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name Raffaela Ebersteiner
Geburtsdatum 19. April 1986 in Wien

Schule

09/1992 – 06/1996 Volksschule Sonnenuhrgasse Wien
09/1996 – 06/2004 HIB Wien 3, Boerhaavegasse.
Matura mit ausgezeichnetem Erfolg

Studium

10/2004 – 01/2009 Bakkalaureatsstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien
Schwerpunkt: Werbung, Fernsehjournalismus, Medien-
und Kommunikationsforschung
10/2006 – 01/2009 Bachelorstudium Betriebswirtschaftslehre an der
Wirtschaftsuniversität Wien
seit 03/2009 Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien
seit 10/2010 Masterstudium „Austrian Studies – Cultures, Literatures,
Languages” an der Universität Wien

Berufserfahrung

07/2004-06/2001 Diverse Tätigkeiten im Bereich Servicekraft
seit 03/2011 Assistentin der Sektionsleitung im Bundesministerium für
Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
09/2014 Praktikantin im Österreichischen Kulturforum Berlin

Sprachliche Kenntnisse

Deutsch (Muttersprache)
Englisch (fließend in Wort und Schrift)
Französisch (Grundkenntnisse)
Österreichische Gebärdensprache (Grundkenntnisse)

Sonstige Kenntnisse

Microsoft Office, SPSS, Final Cut