

Magisterarbeit

Titel der Magisterarbeit

„ICH SEHE WAS ICH HÖRE – DIE WIRKUNG VON POPULÄRER MUSIK IM FILM“

Verfasserin

Andreea Claudia Simon, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Ao. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hausjell

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die Magisterarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe. Dieses Magisterthema habe ich bisher weder im In- noch im Ausland einer Beurteilerin/einem Beurteiler zur Begutachtung in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt. Zudem versichere ich, dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Danke.

„Genauso wie der Film als verrufene, bastardisierte Kunstform von den Universitäten ausgeschlossen war (...), war auch die Filmmusik, die in ihrer Kontextabhängigkeit und tiefen Verankerung im Populären scheinbar ebenfalls eine Bastardkunst ist, gezwungen, viele Jahre lang geduldig an die Pforten der Universitäten zu pochen, bis ihr schließlich zögernd Einlaß gewährt wurde.“

Claudia Gorbmann, 2001, S.13

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINLEITUNG.....	5
--------------------	---

2.	MUSIK IM FILM – EINE KURZE GESCHICHTE	8
2.1	Die Anfänge der Filmmusik.....	8
2.2	Hollywoods „Golden Age“	10
2.3	Populäre Musik im Vordergrund	11
3.	POPULÄRE FILMMUSIK ALS TEIL POPULÄRER KULTUR.....	13
3.1	Sound Slang: Die wichtigsten Begrifflichkeiten erklärt	13
3.2	Populär vs. Seriös.....	15
3.3	Funktionen von populärer Filmmusik.....	19
3.4	Populäre Musik im Zeichen der Populärkultur	28
3.5	Der Soundtrack im Geschäft.....	32
3.6	Die Dänische Filmindustrie als Beispiel	35
4.	MUSIK ALS MARKETING TOOL DES FILMS	38
4.1	Der kognitive Zuschauer	38
4.1.1	Der Wahrnehmungsprozess.....	39
4.1.2	Vom Bewusst-Werden der Musik	42
4.2	Verarbeitungsflüssigkeitsmodell nach Schwarz	44
4.3	Verarbeitungsflüssigkeit für ästhetisches Vergnügen.....	47
5.	EMPIRISCHE STUDIE: EINE EXPERIMENTELLE UNTERSUCHUNG DER WIRKUNG VON BEKANNTER POPULÄRER MUSIK AUF DIE BEWERTUNG EINES FILMS	52
5.1	Forschungsgegenstand und Forschungsfragen.....	53
5.2	Hypothesenbildung und Operationalisierung	55
5.3	Methode und Versuchsdesign	59
5.4	Auswahl des Untersuchungsmaterials.....	61
5.4.1	Verwendetes Bildmaterial	61
5.4.2	Verwendete Filmmusik.....	65
5.4.3	Manipulation der Filmszene	68
5.4.4	Der Fragebogen.....	71

5.5	Datenerhebung und Untersuchungsablauf.....	73
5.5.1	Der Pretest.....	73
5.5.2	Die Hauptstudie.....	74
5.6	Datenanalyse und Ergebnisse.....	76
5.6.1	Die Bewertung der Lieder nach Bekanntheitsgrad	76
5.6.2	Einflussstärke der Bekanntheit bei der Liedbewertung.....	78
5.6.3	Die Bewertung der Filmszene nach Bekanntheitsgrad.....	81
5.6.4	Einflussstärke der Bekanntheit bei der Filmbewertung	84
5.6.5	Deskriptive Datenanalyse zum Interesse an Musik.....	86
5.7	Auswertung und Diskussion	90
5.7.1	Die Bewertung von bekannter Musik	90
5.7.2	Der Einfluss der Musik auf die Filmszene	92
6.	SCHLUSSFOLGERUNG UND AUSBLICK.....	95
	LITERATURVERZEICHNIS.....	98
	Printausgaben.....	98
	Internetquellen	106
	Filmverzeichnis.....	108
	BEGRIFFSERKLÄRUNG	110
	ANHANG	111
1.	Der Fragebogen: Instruktion	111
2.	Der Fragebogen: Hauptteil.....	113

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	<i>Funktionen von Filmmusik nach Pauli (1981)</i>	21
Abbildung 2:	<i>Metafunktionen von Filmmusik nach Bullerjahn (2001)</i>	21

Abbildung 3: <i>Funktionen im engeren Sinne nach Bullerjahn (2001)</i>	22
Abbildung 4: <i>Funktionen von Filmmusik nach Lissa (1965)</i>	23
Abbildung 5: <i>Funktionen von Filmmusik nach Pauli (1976)</i>	24
Abbildung 6: <i>Funktionen von Filmmusik nach de la Motte-Haber (1998)</i>	24
Abbildung 7: <i>Funktionen von Filmmusik nach Schneider (1986)</i>	25
Abbildung 8: <i>Funktionen von Filmmusik nach Kloppenburg (2000)</i>	26
Abbildung 9: <i>Funktionen von Filmmusik nach Davis (2010)</i>	27
Abbildung 10: <i>Filmwahrnehmung laut dem Modell der Verarbeitungsflüssigkeit</i>	56
Abbildung 11: <i>Poster des Films „Reconstruction“ (2003, R.: Christoffer Boe, vgl. IMDb)</i> .	63
Abbildung 12: <i>Ausschnitte aus der Filmszene</i>	65
Abbildung 13: <i>Cover des Albums „Aventine“ von Agnes Obel (vgl. Agnes Obel)</i>	67
Abbildung 14: <i>Bewertung des ersten Liedes in jeder Gruppe</i>	78
Abbildung 15: <i>Bewertung des ersten Hintergrundliedes</i>	80
Abbildung 16: <i>Bewertung der Gesamtszene</i>	82
Abbildung 17: <i>Bewertung der Filmanfangssequenz</i>	83
Abbildung 18: <i>Bewertung der gesamten Filmszene nach Anhöranzahl</i>	85
Abbildung 19: <i>Bewertung des Anfangs der Filmsequenz nach Anhöranzahl</i>	86
Abbildung 20: <i>Häufigkeiten der Hörgewohnheiten der Versuchsteilnehmer</i>	87
Abbildung 21: <i>Auffälligkeit von Musik im Film und Musiksuche nach einem Film</i>	88
Abbildung 22: <i>Ergebnisse zur Liedsuche und Bereitschaft zum Kauf</i>	88
Abbildung 23: <i>Interesse der Versuchsteilnehmer am Film „Reconstruction“</i>	89
Abbildung 24: <i>Mögliche Wege zur Verarbeitung der Musik in einer Filmszene</i>	96

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: <i>Studien zur Verarbeitungsflüssigkeit (nach Alter & Oppenheimer, 2009)</i>	46
Tabelle 2: <i>Verarbeitungsflüssigkeit (vgl. Reber, Schwarz & Winkielman, 2004)</i>	49

Tabelle 3: <i>Forschungsdesign der Studie</i>	60
Tabelle 4: <i>Versuchsdesign anhand des Videomaterials</i>	69
Tabelle 5: <i>Aufteilung und Inhalt der verwendeten Filmszene</i>	70
Tabelle 6: <i>Stichprobe der Studie</i>	74
Tabelle 7: <i>Aufteilung der Versuchsteilnehmer nach Anzahl des Anhörens der Lieder</i>	79
Tabelle 8: <i>Mittelwerte der Gruppen zur Bewertung des ersten Liedes</i>	79
Tabelle 9: <i>Mittelwerte der Bewertung der Anfangs- oder Endsequenz der Filmszene</i>	84

1. EINLEITUNG

“The popularity of using songs has opened up many doors for songwriters and publishers to get their music placed on shows that are aired all over the world” (Davis, 2010, S. 164)

Der Popularität sei Dank, es gibt wieder einiges zu erforschen! Endlich wird der Filmmusik die nötige Anerkennung zugesprochen, sowohl im praktizierenden, als auch im akademischen Bereich. Filmmusik wird nicht mehr als einer der vielen Teile eines Filmes angesehen, sondern hat mittlerweile einen selbstständigen Status erreicht. Das Interesse an Musik steigt: einerseits das der Filmproduzenten und des gesamten, für Musik zuständigen Teams, andererseits aber auch das der Zuschauer.

Das Thema Musik ist nicht nur ein breites Feld, sondern auch ein weitgehend untersuchtes. Die Beziehung Musik-Mensch zeigt sich in vielen Bereichen, wie der Musikwissenschaft, der Kulturwissenschaft, der Musikpsychologie, der Medienwissenschaft oder der Wirkungsforschung, um nur einige davon zu nennen.

Vor allem in der Filmmusik-Branche zeichnet sich ein Trend ab, der die Bedeutung der Musik im Film hervorhebt: Während Musik in den anfänglichen Schritten nach der Zeit des Stummfilms dazu verwendet wurde, um unauffällig im Hintergrund zu bleiben, rückt die kontemporäre Filmmusik immer mehr in den Vordergrund.

Ein Blick in das heutige Geschehen der Musikwelt zeigt schnell auf, dass die Funktionen der Filmmusik immer mehr in Richtung Kommerzialisierung und Musikwirtschaft drängen. Dies stellt einen neuen, noch wenig erforschten Bereich im breiten Spektrum der „Filmmusik“ dar. Es werden bestehende Lieder in den Film eingefügt, gewisse Musiker für ein Filmgenre ausgewählt, Songs speziell für einen Film komponiert und Soundtracks eigens als Album veröffentlicht und zum Verkauf gestellt. Daher stellt sich die Frage, wie das Publikum auf diese Veränderungen reagiert. Wie oft kommt es vor, dass ein Zuschauer nach dem Anschauen eines Filmes aktiv wird und über den Film nachdenkt, oder die Musik recherchiert und kauft? Einblicke in die

Verhaltensweisen der Zuschauer können beispielweise Musikern, Produzenten oder Musik-Supervisoren helfen, Songs im Film gezielt einzusetzen. Aber auch für die Zuschauer selbst lassen sich durch derartige Forschungen Vorteile aufdecken, wie beispielsweise das Auffinden neuer Musik durch den Film oder der Einblick in die allgemeinen Wirkungsmechanismen von filmischen Soundtracks.

Hierbei zeichnet sich populäre Musik als eine besonders interessante Kategorie heraus. Ein Lied, das in der Musikszene bereits einen hohen Bekanntheitsgrad erlangt hat, könnte auch als ein guter Köder für mehr Filmzuschauer wirken. Ebenfalls verändern Lieder, die man kennt und mit denen man eine persönliche Verbindung hat, die Reaktion auf den Film. Sie können der Grund sein, warum man sich einen Film überhaupt ansieht. Oder man erlebt das überraschende Wiedererkennen eines Liedes während der Filmrezeption und lässt es auf sich wirken. Das Thema „Filmmusik und ihre Wirkung“ mag zwar nicht neu sein, aber der aus dem Marketing stammende Forschungsansatz blieb bislang noch unerforscht. Daher bezieht sich die bevorstehende Arbeit auf Konzepte aus dem Bereich Marketing und Marktforschung und verknüpft diese mit der Bedeutung populärer Filmmusik.

Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, wie die Präferenzen des Zuschauers für populäre Filmmusik aussehen und wie die Bekanntheit eines Soundtracks die Wahrnehmung einer Filmszene beeinflusst. Dies geschieht unter der Bedingung, dass die Filmmusik bewusst wahrgenommen wird. Hierbei werden Begriffe aus verschiedenen Bereichen der Psychologie, Musikwissenschaft und Wirkungsforschung angesprochen, die in einem weiteren Schritt definiert und innerhalb der Arbeit mit Filmmusik verknüpft werden, um anschließend empirisch geprüft zu werden. So wird der Filmmusik eine neue Rolle zugeordnet, nämlich jene der Vermarktung.

Diese Arbeit ist insofern eine kommunikationswissenschaftliche, da sie Filmmusik als eine Sprache sieht, die eine gewisse Wirkung auf den Rezipienten, also den Zuschauer, beziehungsweise Zuhörer, hat. Sie bevorzugt einen in den Medienwissenschaften anerkannten, transdisziplinären Zugang, ist dabei jedoch vor allem Teil der Wirkungsforschung. Durch das Medium Film, in dem Handlungen, Charaktere und Ideen übertragen werden, erscheint die Filmmusik als ein kostbares Element des synergetischen Zusammenspiels aller bestehender Filmteile. Die zugrundeliegenden

Prozesse dieser Wirkung werden mit psychologischen Konzepten zu erklären versucht.

Da Filmmusik ein breit gefächertes Genre ist, muss auch hier eine Eingrenzung vorgenommen werden. Es bietet sich an, populäre Musik zu untersuchen, weil diese schließlich ein Merkmal kontemporären Filmgeschehens ist und gleichzeitig auch einen Großteil dessen darstellt, was als separate Kaufmöglichkeit außerhalb der Filmwelt vorzufinden ist.

Dies ist eine wissenschaftliche Arbeit, die eigentlich auch populärwissenschaftlich hätte werden können. Wer sich weltbewegende Ergebnisse erwartet, die die geheime Formel des Populär-Werdens entdeckt hat, der muss leider enttäuscht werden. Wer sich aber für Filmmusik und ihre Wirkung interessiert, der kann getrost weiter lesen, denn es wird zwischen diesen Zeilen auch einige originelle Einblicke hinter die Kulissen der Musik- und Filmforschung geben.

2. MUSIK IM FILM – EINE KURZE GESCHICHTE

“The so-called ‘silent cinema’ was never actually silent, from as early as the beginning of the nineteenth century sound effects were used to accompany projected images” (Reay, 2004, S.5)

Auch wenn der Stummfilm in seinen Anfängen ausschließlich von Stille oder etwaigem Lärm des Publikums begleitet wurde, dauerte es nicht lange bis selbst der Stummfilm nicht mehr stumm blieb. Denn die erste Hinwendung zum Ton geschah durch die Begleitung von Geräuschen, willkürliche Melodien und in späteren Zeiten sogar durch den Einsatz eines Live-Orchesters. Dies hatte aber eher praktische Gründe: Einerseits sollte der Lärm des Publikums überdeckt werden, andererseits auch die Störgeräusche der noch konventionellen Projektoren der damaligen Zeit (vgl. Cooke, 2008, S.2). Damit war der erste Schritt in Richtung Begleitmusik zum Film getan, auch wenn vorerst mit gewöhnungsbedürftigem Ambiente und einem etwas unnatürlichen Charakter. Wie aus dieser Begleitmusik jene Filmmusik wurde, die wir heute kennen, soll in den folgenden Unterkapiteln kurz angeführt werden. Die Einteilung der Fortschritte in der Filmmusik richtet sich nach Kalinak (2010) und Reay (2004), die drei Zeiteinteilungen vornehmen: vom Stummfilm bis zu jungen Sound Filmen (1895 – 1930), die klassische Hollywood-Ära (1930 – 1960) und die postklassische Zeit der Filmmusik (1960 bis heute).

2.1 Die Anfänge der Filmmusik

Die wohl ersten bekanntesten Klavierbegleitungen gehen zurück auf die Bilderprojektion in Paris, als Emile Reynauds animierte „Pantomimes lumineuses“ im November 1892 von Gaston Paulins speziell dafür komponierter Musik begleitet wurden (vgl. Cooke, 2008, S.7), sowie auf die Projektionen eines Lumière Programmes in Paris am 28. Dezember 1895 (vgl. Reay, 2004, S.5).

Ein nächster Schritt ging in Richtung Spezialisierung der Technologie mit der Erfindung des „Kinetoskops“ 1894 in den Edison Laboratorien, einem Peep-Show-Gerät, das bewegte Bilder einem einzigen Zuschauer zeigt. Daraus wurde später das „Kinetophon“, ein Kinetoskop mit einem Phonograph und Hörrohren zur Musikbegleitung (vgl. Kalinak, 2010, S.33). Immer mehr gewann der Phonograph an Popularität und kam in späteren Jahren öfter zum Einsatz, sowohl in Europa, als auch in den USA (vgl. ibidem).

Die Anfänge des 19. Jahrhunderts zeichneten sich durch einen Kino-Boom aus, da Filme ab diesem Zeitpunkt in eigenen großen Kinosälen angeboten wurden (vgl. Reay, 2004, S.6). Und mit den Filmen zieht auch die Filmmusik um: erst das Klavier und gegen Ende der 1920er Jahre ganze Orchester. Dabei ist anzumerken, dass Musik hier hauptsächlich live simultan zum Film aufgeführt wurde.

Die Aufnahme von Musik und somit „Sound on track“ kam nach einigen erfolglosen Anläufen erst mit der Einführung des Phonofilms 1923 in Verwendung. Der Phonofilm ist eine Erfindung von Lee de Forest, bei der Lampen für die Erstellung der Lichttonspur agieren (vgl. Adams, 2012, S.255). Während Fox das Patent für das Phonofilm-System kaufte, entwickelte sich die Konkurrenz Warner Bros mit dem „Vitaphon-Nadeltonsystem“ weiter, einem „sound-on-disc“ System, das zum ersten Mal auch die aufgenommene Synchronisation von Dialog ermöglichte (vgl. Reay, 2004, S.8). 1928 veröffentlichte Warner Bros. *Tenderloin* (R.: Michael Curtiz, USA 1928) und *Glorious Betsy* (R.: Alan Crosland, Gordon Hollingshead, USA 1928), zwei Hybride, die animierte Bilder mit sporadischen, von einem Vitaphon produzierten Dialog und Musik synchronisieren (vgl. Cooke, 2008, S.51). Der Fortschritt war damit getan, und zwar nicht nur in Richtung der Verbreitung des Kinos selbst, sondern auch in der Eröffnung neuer technologischer Möglichkeiten.

Mit der Erfindung der Moviola 1924, einem Gerät, das es ermöglicht Filmmaterial an einer beliebigen Stelle zu stoppen, ohne den höchst entflammbaren Film in Brand zu setzen (vgl. Cooke, 2008, S. 57), entsteht auch die wohl erste Maßnahme eines „Editing“. Diese wurde 1930 für Sound adaptiert, sodass Bild und Soundtrack parallel laufen und einzeln gestoppt werden konnten (vgl. ibidem). Dies bedeutete erstens die

Vereinfachung der Arbeit für einen Editor, zweitens aber auch die Grundlage für das Mainstream-Kino der folgenden Filmepoche.

2.2 Hollywoods „Golden Age“

Da in den jungen Jahren des Films die technologischen Voraussetzungen noch fehlten, blieben Filmproduzenten in ihrer Arbeit vorerst eingeschränkt. Doch einmal das technische „Spielzeug“ entwickelt, entstand ein regelrechter Boom in der Filmindustrie. Dieser Fortschritt zeitgleich durch Begebenheiten, wie die industriellen Hindernisse im Ersten Weltkrieg oder die Zensur während des Zweiten Weltkrieges, immer wieder eine Stufe zurückgesetzt. Herauskristallisiert hat sich eine Filmproduktion, die vor allem auf kommerziellen Hintergründen basiert.

Die Filmindustrie in Hollywood zwischen 1930 und 1960 ist als „Hollywood's Golden Age“ oder „The Classical Hollywood Era“ bekannt. Es etablierten sich hier nämlich „the big five“ und „the little three“ Hollywood Studios, die in dieser Zeit 95 Prozent aller Filme in den USA kontrollieren: die fünf großen sind Paramount, Fox, Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), Warner Bros. und RKO; zu den drei kleinen gehören Universal, United Artists und Columbia (vgl. Reay, 2004, S. 13).

Für die Musikabteilung bedeutete dies das Entstehen neuer spezialisierter Berufe, die sich ausschließlich mit der Vertonung von Film beschäftigten. Derartige Berufe waren Music Director, Komponisten, Orchestermusiker, Musikingenieure (vgl. ibidem). Allerdings stand immer noch das Filmstudio mit seinen Produzenten im Mittelpunkt – die Komponisten und Musiker waren lediglich „subordinates under contract to studio music departments“ (Marks, 1996, S. 251). Dieser Vertrag war zwar mit finanzieller Sicherheit, der Zusammenarbeit mit talentierten Musikern und dem Wissen, die Musik würde von Millionen Menschen gehört, verbunden (vgl. ibidem), doch bedeutete dies auch, dass die Musiker ihre Stücke in keinsten Weise für andere Zwecke verwenden durften. Weiterhin blieben die Musiker im Schatten des Films.

Der wichtigste Trend in dieser Periode war aber die Standardisierung von Filmmusik und der „standardised score“. Adorno und Eisler (1948) liefern dazu eines der wichtigsten kritischen Werke, in denen sie die Standardisierung von Filmmusik und

ihre Wirkung auf das Publikum genauer analysieren. Es entwickeln sich in der Filmmusik-Industrie einige sogenannte Faustregeln, die eher als Gegensatz zur damaligen autonom werdenden Musik wirkten. Die Musik blieb ein „Outsider“ und wurde im Film nur insoweit toleriert, dass sich die „fetischistische“ Möglichkeit darbot, die neuen Technologien in vollem Ausmaß auszunutzen (vgl. Cooke, 2010). Der Einsatz von Scores geschah fast maschinell durch vorgegebene Techniken, wie Leitmotive, Clichés die zum Bild passen mussten, oder die Auswahl an Liedern, nur weil sie den gleichen Titel trugen wie das Geschehen in der Szene (etwa eine Mondszenen begleitet von einer „Moonlight Sonata“). Es glich eher einer Massenanfertigung von Filmen mit Szenen, die Spannung und Emotionen auf gleiche Art und Weise hervorriefen und daher den höchstmöglichen Effekt durch die Musik herauskitzeln wollten, was jedoch zu gleichklingender Hintergrundmusik führte.

Diese Standardisierung dauerte bis in die 50er Jahre an. Unterbrochen wurde sie durch den Drang, aus der Muskroutine herauszukommen und Film mit neuen Klängen zu bereichern. Jazz, Rock 'n' Roll und andere populäre Musik kamen ins Spiel. David Raksin's Score für *Laura* (R.: Otto Preminger, USA 1944) gilt mit seinem rhythmischen und melodischen Soundtrack als paradigmatisches Beispiel für den Bruch vom klassischen Modell (vgl. Reay, 2004, S.18). Billy Halls bekannter Song „Rock Around the Clock“ erweckte das Publikum im Film *The Blackboard Jungle* (R.: Richard Brooks, USA 1955) und Elvis trat selbst in einigen Filmen auf (vgl. ibidem). Immer mehr Produzenten und Regisseure folgten diesem Beispiel und führten dadurch zu dem, was heute auch als „cross promotion“ zwischen Musik und Film verstanden werden kann.

2.3 Populäre Musik im Vordergrund

Nachdem populäre Musik ihren Weg in den Film findet, zeichnen sich die Jahre nach den 1960ern als „post-klassische“ Zeit der Filmmusik aus. Dieses New Wave der Filmmusik lässt endlich die Musik selbst in den Vordergrund treten. Unkonventionelles ist angesagt – je schräger und auffallender, desto besser. Wenn in den Anfängen der Filmentwicklung Musik als gut galt, wenn sie dem Zuschauer gar nicht auffiel, dann ist dies in dieser Zeit der Moderne genau umgekehrt der Fall.

Warum die Wahl auf populäre Musik fiel, hatte auch seine Gründe: das Publikum wurde immer jünger, Fernsehen lockte die Zuschauer weg vom Kino, das Studio taumelte von den rechtlichen Veränderungen in der vertikalen Gliederung von Produktion, Distribution und Exhibition (vgl. Kalinak, 2010, S.85). Und genau zu diesem Zeitpunkt entfaltete sich die Popmusik. Daher ist es nachvollziehbar, dass die Filmstudios auf den kommerziellen Wandel entsprechend reagieren mussten und somit auf diese neue Art der Musik umschwenkten. Vor allem das Rock 'n' Roll-Geschäft boomte. Nicht nur, dass er als Hintergrundmusik den Film infiltrierte, es ließ aber auch eine neue Generation von Filmmusik-Komponisten außerhalb ihres Band-Daseins entstehen. Unter anderem gehören dazu Musiker wie Peter Gabriel von der Band Genesis, Mark Knopfler von Dire Straits, Danny Elfman von Oingo Bongo oder Ryuichi Sakamoto von Yellow Magic Orchestra (vgl. ibidem, S.86).

Es entstanden neue Score Kompilationen. Darunter versteht man das Hinzufügen von schon existierenden Songs aus nicht-cinematographischen Quellen (meist Popsongs und zu dieser Zeit vor allem Jazz und Rock 'n' Roll) zusätzlich zu dem Originalscore, der ausschließlich für den Film komponiert wurde (vgl. Powrie & Stilwell, 2006, S.121; Kalinak, 2010, S.86). Die wohl bekanntesten Filme, die zu der Zeit Score Kompilationen verwendeten, sind *A Hard Day's Night* (R.: Richard Lester, UK 1964) und *Help!* (R.: Richard Lester, UK 1965) der Beatles, sowie *The Graduate* (R.: Mike Nichols, USA 1967) und *Easy Rider* (R.: Dennis Hopper, USA 1969).

Gewisse Fluktuationen der Bekanntheits-Ästhetik, so wie damals, gibt es auch heute noch. In Verbindung mit dem Phänomen der Popsong Scores haben diese ihre Existenz weniger technischen Veränderungen als eher dem Marketing zu verdanken und aufgrund ihrer Texte, beziehungsweise Bekanntheit gehören sie zwangsläufig schon zur „Vordergrund-Ästhetik“ (vgl. Gorbmann, 2001, S.16). Demnach bieten sowohl vergangene, als auch gegenwärtige Pop Score Attraktionen ausreichend Material, um sie auf ihre Bekanntheit, ihre Ästhetik und ihren Einfluss auf den Zuschauer zu untersuchen.

3. POPULÄRE FILMMUSIK ALS TEIL POPULÄRER KULTUR

„In recent years the influx of pop musicians and assorted rock composers has turned almost every major film into a kind of musical, with hit songs born overnight, exploited and consumed like chocolate bars melting in the mouth. “

(Bazelon, 1975, S. 29)

Was ist populäre Musik nun eigentlich? Es gilt erst diesen Begriff zu erklären und ihn von anderen Musik-Genres abzugrenzen, um ihn anschließend in einen filmischen Kontext einzugliedern. Daraufhin soll in diesem Kapitel „the bigger picture“, also der größere Zusammenhang, betrachtet werden, zu dem populäre Musik eigentlich gehört. Weiters soll in diesem Abschnitt der theoretische Rahmen für populäre Musik festgelegt werden.

3.1 Sound Slang: Die wichtigsten Begrifflichkeiten erklärt

Bevor der Begriff des „populären“ erklärt werden soll, muss vorerst eine generelle Einführung in die Begrifflichkeiten der Filmmusik geschehen. Davis (2010) liefert eine detaillierte Beschreibung darüber, wie die Musik aus den Köpfen eines „composers“ oder „music editors“ auf das rohe Filmmaterial gelangt.

In vorigen Kapiteln wurde auch schon der Begriff „Score“ verwendet. Dieser bezieht sich allerdings auf die gesamte Musik eines Films. Ein einzelnes Musikstück, unabhängig von seiner Länge oder Herkunft, wird „cue“ genannt. Je nach Herkunft eines Musikstückes, kann man dieses nun in 2 Kategorien einteilen: einerseits speziell für den Film komponierte Musik, einem „instrumentellen Underscore“ oder nur „underscore“ genannt, andererseits schon bestehende Songs, die als „song score“ oder „compilation score“ geläufig sind. Wenn ein Song aus einem Gerät direkt aus der Szene entstammt (oder dies zumindest so scheint), wie beispielsweise einem Radio oder Fernseher, dann nennt sich dieser „source song“. Musicals bilden eine sehr spezielle

und offensichtliche Form von Filmmusik, die gewöhnlich viel mehr musikalische Arbeit brauchen.

Für die vorliegende Arbeit sind allerdings nur die Compilation Scores relevant, unabhängig davon, ob sie aus dem Gerät in der Szene entspringen oder einfach als Hintergrundmusik fungieren. Sie können vom Produzenten oder Regisseur angefordert werden, Film Editor, Musik Editor oder Komponist können sie empfehlen, oder sie sind Teil eines schon bestehenden Kataloges des Filmstudios. Die Gesamtheit dieser Soundtracks bilden dann den „song score“, wobei einige dieser Soundtracks zusammengefasst als „Soundtrack Album“ parallel zum Film verkauft werden. Spätestens hier wird der Schritt zur „cross-promotionalen“ Qualität in der Entstehung eines Filmes offensichtlich. Film- und Musikindustrie arbeiten nämlich zusammen, um auf beiden Seiten einen Profit, sowohl monetär als auch in Form von Ruhm, herauszuschlagen. Die Filmindustrie erwirbt die Rechte und profitiert von Songs, die den Film bereichern können, im Gegensatz dazu fördert die Musikindustrie dadurch ihre Künstler. Das Erwerben der Rechte ist nämlich mit Deals und Verhandlungen zwischen Musiklabel und Music Supervisor verbunden. Die Rolle des Music Supervisors gibt es seit den 70er Jahren und sie besteht darin, den Prozess der Musikbeschaffung für einen Film zu koordinieren. Zu seinen Aufgaben zählen das Schöpfen und Kontrollieren des Musik-Budgets, das Aussuchen der Songs und die Erlangung der Rechte für diese Songs, die Empfehlung eines „Music Composers“, die Aufnahme der Songs im Studio sowie die Überwachung der Musik vor der Kamera (vgl. Davis, 2010, S.198 ff.).

Nachdem nun die wichtigsten Begriffe geklärt wurden, kann nun der nächste Schritt in Richtung populäre Filmmusik gewagt werden. Doch was ist nun das populäre an der Musik? Dies soll im weiteren Verlauf der Arbeit genauer untersucht und in einen theoretischen Kontext eingeordnet werden.

3.2 Populär vs. Seriös

Nach der kurzen Einführung in die wichtigsten Begrifflichkeiten des „Film-Musik-Slangs“ bedarf es noch einer passenden Definition des Begriffes „populär“, so wie er in dieser Arbeit gebraucht werden soll.

Die Wortfolge „populäre Musik“ wird in zahlreichen Büchern verwendet und als selbstverständlich wahrgenommen, obwohl oft von einer genauen Definition abgesehen wird. Andererseits tauchen im gleichen Zusammenhang auch Begriffe auf, wie Popmusik oder Populärmusik, was lediglich für noch mehr Verwirrung sorgt.

„Schon viel früher jedoch mutierte ‚popular music‘ bei Theodor W. Adorno zu leichter Musik und zum Schlager, bei Joachim Ernst Berendt zur kommerziellen Musik und bei Siegfried Borris zu allem, was der administrative Unverstand in diesen Topf geworfen hat: Jazz, Blues und Soul, Rock wie Rock 'n' Roll, Schlager, Folklore, Operette und Musical, Volkslied und volkstümliche Musik, auch Chansons - musikalische Sparten also, von denen es die meisten in sich haben, ihrer Definition zu entgleiten“ (Borris, 1977, zit. n. Rösing, 2008, S.95).

Pop, Populär und Popularität sind drei Begriffe, die auf den ersten Blick das gleiche meinen könnten. Doch bei näherer Betrachtung stellt sich heraus, dass sie verschiedener nicht sein könnten.

Der Begriff „Pop“ kam ursprünglich mit den Bildenden Künsten als „pop art“ auf und gehört zu jenen Kunstprodukten, die sich der Mittel der Massenmedien und Werbetechniken bedienen,

„um in deutlicher Absage an den elitären, ‚spätbürgerlichen‘ Kunstbetrieb mit spontaner Sinnlichkeit und leichter Konsumierbarkeit für jedermann die Absage an Autorität und Ordnung des Establishment auszudrücken“ (Faulstich, 1978, S.20).

Demzufolge, war Pop ein sich von Autorität losreißender Trend, um den Zugang zu Kunst zu erleichtern. Hier wird vor allem der Charakter des sozialen Konsums und der Nähe zur Musik angesprochen. Mit der Zeit hat sich das Wort „Pop“ allerdings als

Musik-Genre eingebürgert und man meint damit meist die Gattung der Popmusik, als Gegensatz zu anderen Musikgenres, wie beispielsweise Rockmusik, Hip Hop u.a..

Popmusik erlebte ebenfalls einen Wandel an Bedeutungen. Anfänglich repräsentierte sie, auch wenn nur abwertend, all das, was nicht Rockmusik war. Später entstand daraus eine Musikrichtung, die Diskothek und Tanzen als Erkennungszeichen hatte (vgl. Wurm, 2006, S.15). Dies sind erste Annäherungen an die Bestimmung des Begriffes anhand seiner musikalischen Gattung, allerdings wurde auch hier bislang darauf verzichtet, sich auf eine allumfassende Definition zu einigen.

„Populäre Musik“ entstammt einer einfachen englischen Übernahme jener Musik, die „popular“ (englisch für beliebt), also von vielen Menschen gemocht, geschätzt oder bewundert (vgl. Oxford Dictionaries) war. Vereinfacht,

„popular music refers simply to the music that was offered to, listened to and performed by the majority of population“ (Russell, 1997, S.2).

Sie ist, kurz gesagt, all jene Musik, die bekannt, kommerziell und somit verfügbar wurde. Daher leitet sich auch der Begriff der „Popularität“ ab, der im Sinne der Beliebtheit steht und allgemein die

„Übereinstimmung der Menschen mit allem, was die Vergnügungsindustrie glaubt, es gefalle ihnen“ (Horkheimer, 1941, S. 437).

darstellt. Zugrunde liegt hier die Einigung zwischen Musikindustrie und der Mehrheit der Zuhörer darüber, was Gefallen findet.

Eine eigenständige, ganzheitliche und passende Definition zu finden, erweist sich demnach als äußerst schwierig. Um diese Verwirrung ein wenig aufzulösen, sollte populäre Musik vielmehr als eine Gegensätzlichkeit zu verschiedenen, schon bestehenden Musikformen verstanden werden. Kurz gesagt, Popmusik ist das, was Nicht-Popmusik nicht ist. Im Folgenden werden diese Gegensätze kurz angerissen, da eine ausführliche Beschreibung allein schon eine Arbeit für sich ausmachen könnte.

Adorno (2006) versteht populäre Musik als Gegensatz zu „seriöser“ Musik. Er erklärt diese Divergenz sowohl aus musikalischer Hinsicht, als auch aus einem sozialen

Kontext. Hierbei wird populärer Musik vor allem Standardisierung zugeschrieben, was bei seriöser Musik nicht der Fall ist. Paradoxerweise ist es bei Adorno die Populärmusik, die immer wieder in Schemata verfällt, die sich als erfolgreich erwiesen haben, da sie sich zwei verschiedenen Bedingungen stellen muss: Zum einen muss der musikalische Stimulus die Aufmerksamkeit des Zuhörers erwecken, zum anderen muss die Musik aber für den untrainierten Zuhörer als natürlich, gewohnt klingen.

Die Ausdrucksweise „populär“ versus „seriös“ scheint allerdings wertend, Unterhaltungsmusik wird ernsthafter Musik gegenüber gestellt. Andere Autoren bevorzugen den Vergleich populär versus klassisch. Dieser Sichtweise soll auch in dieser Arbeit nachgegangen werden. „Populär“ als Gegensatz zu „klassisch“ wird demnach wie folgt beschrieben:

„popular song depends on language, and is predictable, singable, rememberable, and physically involving in ways that ‘classical’ music usually is not” (Altman, 2001, S. 24).

Damit wird vor allem die Leichtigkeit angesprochen, mit der populäre Musik sich im Zuhörer verankern lässt und ihn zum Miterleben drängt, was sich durchaus durch Mitsingen oder physische Beteiligung, wie nach Altman beschrieben, äußern kann.

Allerdings ist es so, dass die Grenzen zwischen diesen zwei Begrifflichkeiten, klassisch und populär, nicht starr sind und einander nicht ausschließen. So, wie Barlow (2001, S.32) notiert,

“despite common conceptions of the distance between classical and popular music, the categories are not as fixed and immutable as they appear to be”.

Insgesamt gilt dies auch für die weiter oben erklärten Begriffe „Pop“, „populär“ und „Popularität“. Vor allem in Filmen, in denen beide Musikformen, also populäre Musik und Klassik, vorkommen, lässt sich schwer unterscheiden, welche der beiden mehr Aufmerksamkeit generiert und auf welche Art und Weise auftritt, sowie mit welchen Konsequenzen diese Aufmerksamkeit erlangt wird.

Für Jeff Smith (S.4, 1998) wird Filmmusik erst dann zu populärer Musik, wenn sie zwei Kriterien erfüllt: “(1) it must be composed or compiled in one or more popular musical

styles, and (2) it must be formally accessible to the average moviegoer.” Damit werden dem Begriff „populär“ zwei Aspekte zugeschrieben: ein stilistischer und ein funktionaler.

Die erste Bedingung, populäre Musik müsse in einem oder mehreren populären Musikstilen komponiert sein, beruht auf der Annahme, dass „populäre Musik“ und „Popmusik“ nicht das gleiche bedeuten. Vom Stil her sind sie allerdings eng miteinander verknüpft: populäre Musik *ist* nicht, *besteht* aber unter anderem aus Popmusik.

“Although the pop score shares strong stylistic similarities with pop music, the length and form of a score’s cue – and the dramatic functions they serve – often differentiate the pop score from the typical pop song or pop record. (...) a pop score may not be written entirely in a pop style, but it should use pop music as its central set of stylistic components.”
(Smith, 1998, S. 5).

Eine Ausnahme bildet der Compilation Score (siehe Kapitel 3.1), der lediglich aus schon vorhandenen Liedern zusammengestellt wird. Hier wird allerdings nicht nur auf das Genre „Pop“ hingewiesen, sondern vor allem Rock und Jazz sind auch mit einbezogen.

Die zweite Bedingung, die Filmmusik zu populärer Musik macht, ist für Smith die Zugänglichkeit der Musik für den Zuhörer. Hier steht vor allem der kommerzielle Aspekt im Vordergrund. Wäre die Musik dem Zuschauer nämlich nicht zugänglich, so würde er auch nicht in einem Geschäft nach den entsprechenden Songs suchen (vgl. Smith, 1998, S.11). Und damit der Zuschauer einen Score wahrnimmt, muss er so komponiert oder ausgesucht werden, dass er familiär erscheint (vgl. ibidem). Smith erklärt mit diesem Hintergrund eher die Welt der komponierten Filmmusik, aber genau hier liegt das Schlüsselwort, das als Leitgedanke für diese Arbeit fungiert.

Wenn man nun alle erwähnten Aspekte einer möglichen Definition zusammenfasst, sollte populäre Musik vor allem folgende Bedingungen erfüllen:

- Einigung zwischen Musikindustrie und der Mehrheit der Zuhörer darüber, was gemocht wird

- Unterschied zu klassischer, „seriöser“ Filmmusik
- Pop-Stil (Pop-Musik als zentrale stilistische Komponente)
- Zugänglichkeit

Eine einzige, allumfassende Definition zu finden, wäre jedoch illusorisch, da sich dieser Begriff als viel komplexer herausgestellt hat als gedacht. Im Folgenden wird daher eine Begriffsdefinition versucht, die für die vorliegende Arbeit gelten soll. Sie darf allerdings nicht als platzhaltend für alle anderen Definitionen gelten, sondern soll eher ergänzend und mit der heutigen Zeit einhergehend aufgefasst werden. Diese Definition könnte folgendermaßen lauten:

Populäre Musik ist, im Gegensatz zur klassischen, „seriösen“ Musik, eine leicht zugängliche, im Pop-Stil verfasste Musik, die aufgrund einer Einigung zwischen Musikindustrie und der Mehrheit der Zuhörer beliebt ist.

Diese Definition soll dieser Arbeit als Leitlinie dienen und auch im empirischen Teil Anwendung zur Überprüfung des Untersuchungsmaterials finden. Anschließend an ein erstes Verständnis darüber, was populäre Musik überhaupt ist, soll ihre Funktionalität und ihre Bedeutung für die Filmindustrie deutlich gemacht werden.

3.3 Funktionen von populärer Filmmusik

Eine andere Herangehensweise an die Abgrenzung und Definition des Begriffes „populäre Filmmusik“ lässt sich aus dessen Funktionen ableiten. Mittlerweile gibt es verschiedene Meinungen, nach denen man zahlreiche Funktionen von Musik einteilen kann. Da sich aber die Musik selbst ständig verändert, kommen ihr auch immer wieder neue Rollen zu. Deswegen sollen die folgenden, schon angesehenen Funktionen von Filmmusik zwar kurz erklärt, aber angepasst an den populären und kommerziellen Aspekt ergänzt werden.

Die verschiedenen Rollen von Filmmusik insgesamt werden von Claudia Gorbman (1987, S.55) kurz und bündig in zwei Sätzen zusammengefasst:

“Film music is at once a gel, a space, a language, a cradle, a beat, a signifier of internal depth and emotion as well as a provider of emphasis on visual movement and spectacle. It bonds: shot to shot, narrative event to meaning, spectator to narrative, spectator to audience.”

Damit wird der Filmmusik eine große Verantwortung zugeschrieben, die sie vor allem aber von autonomer Musik unterscheidet. Sie dient in erster Linie als ein verbindendes Element zwischen Filmszene, Filminhalt und Zuschauer. Zusätzlich dazu, nimmt sie gewisse Funktionen im Film ein.

Verschiedene systematische Einteilungen von Funktionen filmischer Musik wurden längst im Laufe des wissenschaftlichen Diskurses vorgestellt. Die wichtigsten Filmmusikfunktionen werden von Kloppenburg (vgl. 2000) im Handbuch der Musik im 20. Jahrhundert, Band 11 vorgestellt. Diese sollen hier nur kurz angerissen werden, um sie anschließend in ein übergeordnetes Schema zu integrieren.

Eine oft verwendete Klassifizierung von Filmmusik bezieht sich auf die narrative Funktion, also die Stellung von Musik in Bezug auf die narrative Handlung. Gorbman (1987, S.3) erklärt diese Einteilung wie folgt:

“The conventional narrative film constructs a diegesis – a story world, a place of action. Classical narrative emphasize the diegesis over the narration, efface narrational space. Modernist forms, on the other hand, problematize the transparency of discourse, point out that it’s the narration that constructs the diegesis. Music enjoys a special status in filmic narration. It can be diegetic (musicians can play in the story, a radio can be on) – in the trade this is called source music – or nondiegetic (an orchestra plays as cowboys chase Indians on the desert).”

Ein Pop Score verändert sich aber zeitgemäß und passt sich an seine neuen Funktionen an. Sinnvoll wäre es, die Funktionen hier chronologisch abzudecken. Nach gewissenhaftem Lesen der bestehenden Literatur zu den Funktionen von Musik im

Film lässt sich aber ein deutliches Muster erkennen. Daher scheint es angebracht, zuerst die inhaltlichen übergeordneten Funktionen zu nennen, um alle anderen dann in dieses Schema einzuordnen.

Als übergeordnete Klassifizierung soll deshalb jene von Pauli gelten, die „filmmusikalische Funktionen“ von „filmmusikalischen Metafunktionen“ unterscheidet (vgl. 1981, S.197) und gemäß Abbild 1 einteilt.

Ökonomische Metafunktionen

Filmmusik soll dazu beitragen, eine gesellschaftliche Klasse zu erobern, da die Industrie auf ihre Unterstützung und Gefolgschaft aus wirtschaftlichen Gründen angewiesen ist

Dramaturgische/ psychologische/ politische Metafunktionen

Filmmusik soll die Distanz zwischen Film und Publikum überbrücken, Einfühlung des Publikums einholen und im Gegenzug dem Publikum Sensationen vermitteln und die durch die Notwendigkeit permanenter Versagung und politisch systemgefährdete angestaute Unlust abzuführen

Abbildung 1: Funktionen von Filmmusik nach Pauli (1981)

Claudia Bullerjahn (vgl. Kloppenburg, 2000, S.56 ff.) baut ihre Aufteilung auf Pauli's Funktionen auf und unterscheidet ebenfalls Metafunktionen, aber auch Funktionen im engeren Sinne.

▪ Rezeptionspsychologische Metafunktionen

▪ Ökonomische Metafunktionen

Abbildung 2: Metafunktionen von Filmmusik nach Bullerjahn (2001)

Die rezeptionspsychologischen Metafunktionen gehen auf die Zeit der Stummfilme zurück, als Störgeräusche zu überdecken versucht wurden, damit das Publikum seiner

Rezeption ungestört nachgehen kann. Darunter versteht Bullerjahn aber auch all jene Funktionen, die etwas im Rezipienten auslösen, sei es beispielsweise die Erhöhung der Motivation oder des Aktivierungsniveaus beim Publikum (vgl. Bullerjahn, 2001, S.64).

Die ökonomischen Metafunktionen hingegen sprechen die Vermarktung von Soundtracks und Film Scores außerhalb des Filmes an. Durch die Darbietung von Pop und Rock Songs im Film werden verschiedene Zielgruppen angesprochen, die ebenfalls auf den Kauf von CDs aufmerksam gemacht werden sollen (vgl. ibidem).

Diese Metafunktionen verlaufen wie ein roter Faden durch alle möglichen Klassifizierungsversuche anderer Filmmusikautoren. Besonders wichtig für die vorliegende Arbeit sind dabei die rezeptionspsychologischen Funktionen, da sie nicht nur den Fokus auf den Zuschauer legen, sondern auch auf seine Aktivierung durch den Film Score achten. Die hier farblich dargestellte Unterscheidung soll als Richtlinie dienen: In allen nachfolgenden Klassifizierungen lassen sich nämlich vor allem rezeptionspsychologische Funktionen heraus holen. Aus diesem Grund sollen in den nachfolgenden Kategorisierungen diese rezipientenbezogenen Funktionen farblich (rezeptionspsychologische Funktionen werden in der Farbe orange markiert, ökonomische und technische Funktionen bleiben grün) und inhaltlich hervorgehoben werden.

Bullerjahn (vgl. 2001) unterscheidet auch zwischen Funktionen im engeren Sinne:



Abbildung 3: Funktionen im engeren Sinne nach Bullerjahn (2001)

Hier werden technische Aspekte, die Schnittmaßnahmen, Verortungen und Struktur der Musik im Filmaufbau ins Visier nehmen, mit einbezogen. Auch hier lassen sich aber wieder Zuschauer-aktivierende Funktionen erkennen.

Lissa hingegen (vgl. 1965, S.115 ff.) findet auch eine Komponente psychischer Erlebnisse als Funktion von Film Scores. Diese Komponente ist wohl weniger darauf ausgerichtet, den Zuschauer zu aktivieren, als eher die psychischen Erlebnisse der Charaktere im Film aufzudecken. Dennoch kann die Expressivität dieser Funktionen im Zuschauer Einfühlung auslösen, was sie auch als eigene Funktion (10) beschreibt (Abbild 4).

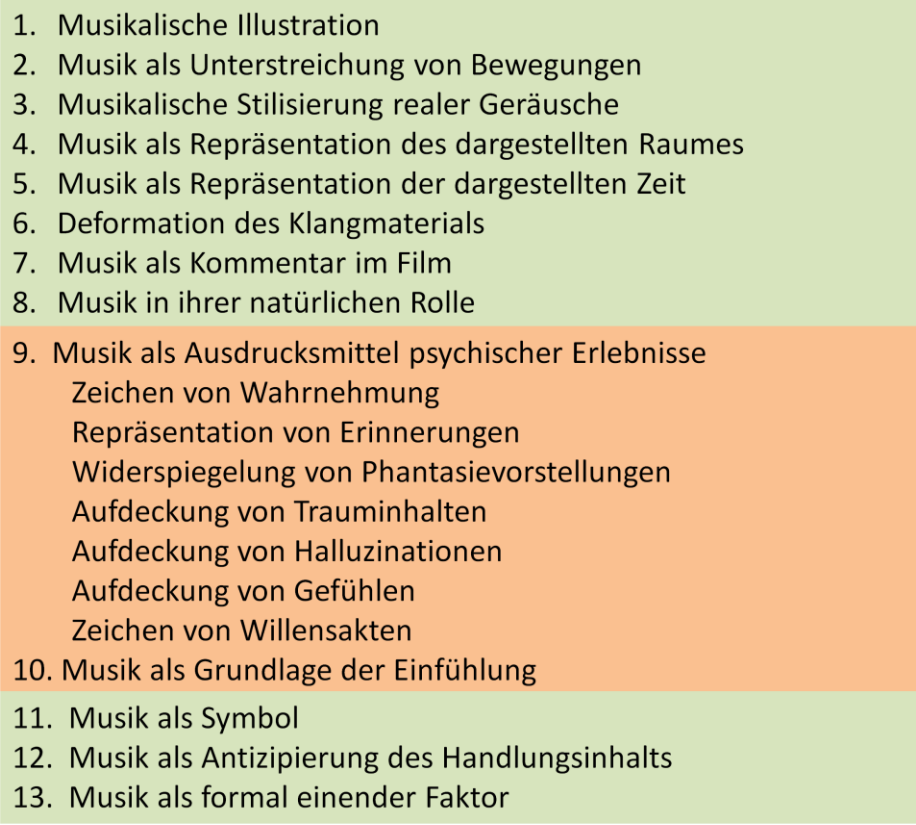
- 
1. Musikalische Illustration
 2. Musik als Unterstreichung von Bewegungen
 3. Musikalische Stilisierung realer Geräusche
 4. Musik als Repräsentation des dargestellten Raumes
 5. Musik als Repräsentation der dargestellten Zeit
 6. Deformation des Klangmaterials
 7. Musik als Kommentar im Film
 8. Musik in ihrer natürlichen Rolle
 9. Musik als Ausdrucksmittel psychischer Erlebnisse
 - Zeichen von Wahrnehmung
 - Repräsentation von Erinnerungen
 - Widerspiegelung von Phantasievorstellungen
 - Aufdeckung von Traumgehalten
 - Aufdeckung von Halluzinationen
 - Aufdeckung von Gefühlen
 - Zeichen von Willensakten
 10. Musik als Grundlage der Einfühlung
 11. Musik als Symbol
 12. Musik als Antizipierung des Handlungsinhalts
 13. Musik als formal einender Faktor

Abbildung 4: Funktionen von Filmmusik nach Lissa (1965)

Einige Jahre später fasst Pauli (1976) die ersten zehn Kategorien Lissas zu drei Kategorien zusammen:

Paraphrasierung

Musik, die sich aus den Bildinhalten ableitet

Polarisierung

Musik, die Bilder in eine eindeutige
Ausdrucksrichtung schiebt

Kontrapunktierung

Musik, die den Bildinhalten klar widerspricht

Abbildung 5: Funktionen von Filmmusik nach Pauli (1976)

Eine sehr auf die Filmstruktur bezogene Einteilung nimmt de la Motte-Haber (vgl. 1998) vor. Sie konzentriert sich in ihrer musikwissenschaftlichen Analyse darauf, Filmsequenzen anhand von Musik zu verbinden (siehe Abbild6). Es ist eine Einteilung, die vor allem Filmemacher interessieren könnte. Zuschauerfunktionen werden dabei allerdings ausgelassen.

(1) Bezüglich der Filmgliederung und Abgrenzung von Sinneinheiten

- Musikeinsatz als Verdeutlichung eines Sequenzabschlusses
- Musikeinsatz als Verdeutlichung eines Schnitts
- Musikeinsatz als Verdeutlichung von Überblendungen
- Musikeinsatz als Verdeutlichung von Rückblenden

(2) Zusammenfassung von Passagen

- Musik als Entschärfung von Montagen und Schaffung von Zusammenhängen
- Musik als akustischer Zusammenhalt zweier Sequenzen
- Anpassung an den Wechsel von Zeit, Ort und Handlung und Schaffung von Kontinuität
- Integration von Übergängen durch Anpassung an Geräusche
- Integration von Ort, Zeit und Handlung durch wechselnde Melodik über gleichbleibender Harmonik als Mittel der Kontrastminderung

Abbildung 6: Funktionen von Filmmusik nach de la Motte-Haber (1998)

Hier werden allerdings hauptsächlich dramatische Funktionen beschrieben, die den Filmaufbau im Visier haben und nicht die Rolle der Musik als Wirkung auf den Zuschauer.

Schneider (vgl. 1986, S.90 f.) versucht die wichtigsten Einflüsse der Musik alphabetisch zu ordnen, was eine sehr geordnete Vorgangsweise verspricht. Rezeptionspsychologisch werden hier vor allem die Funktionen von Musik genannt, die den Rezipienten physiologisch konditionieren und die Rezeption kollektivieren können (siehe Abbild 7).

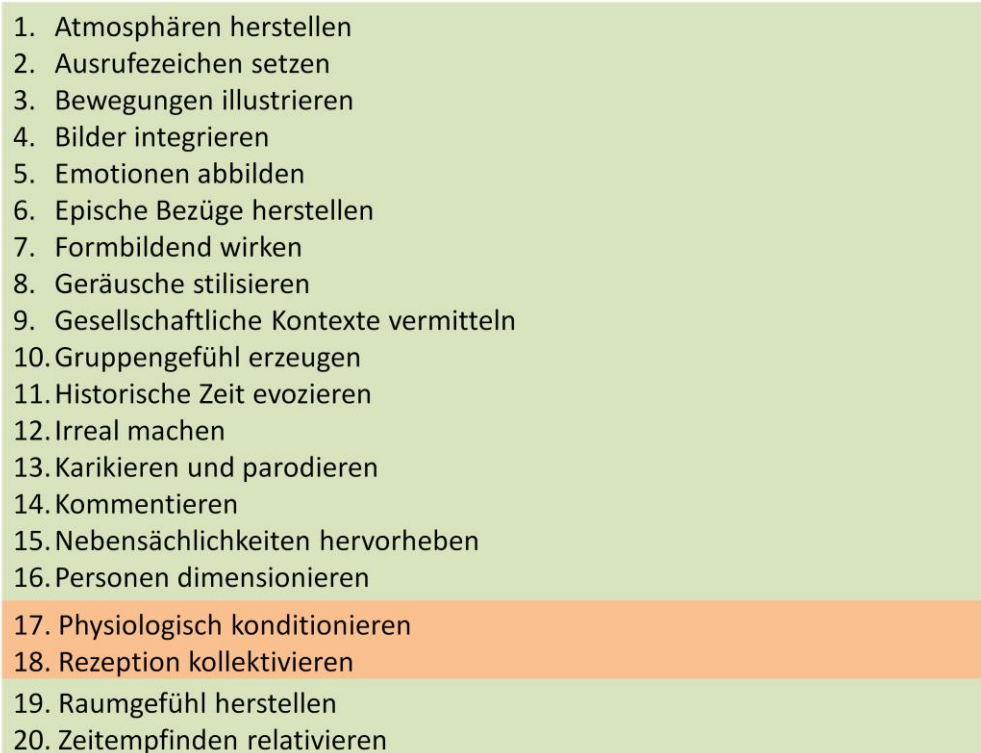
- 
1. Atmosphären herstellen
 2. Ausrufezeichen setzen
 3. Bewegungen illustrieren
 4. Bilder integrieren
 5. Emotionen abbilden
 6. Epische Bezüge herstellen
 7. Formbildend wirken
 8. Geräusche stilisieren
 9. Gesellschaftliche Kontexte vermitteln
 10. Gruppengefühl erzeugen
 11. Historische Zeit evozieren
 12. Irreal machen
 13. Karikieren und parodieren
 14. Kommentieren
 15. Nebensächlichkeiten hervorheben
 16. Personen dimensionieren
 17. Physiologisch konditionieren
 18. Rezeption kollektivieren
 19. Raumgefühl herstellen
 20. Zeitempfinden relativieren

Abbildung 7: Funktionen von Filmmusik nach Schneider (1986)

Leider ist dies nur eine Aufzählung möglicher Funktionen und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es besteht keine konkrete Systematik dahinter, trotzdem wirkt sie ergänzend.

Kloppenburg, J. (vgl. 2000, S.55 f.) inkludiert in seiner Klassifizierung Bildebene, Filmsyntax, aber auch die Wirkungsebene der Wahrnehmung von Musik im Film.

1. Syntaktische Funktionen: Erleichterung des strukturellen Verstehens

- Akustische Verklammerung von Sequenzen
- Abgrenzung von Handlungssträngen
- Verdeutlichung von Einstellungswechseln

2. Expressive Funktionen: Intensivierung der Wahrnehmung

- Unspezifische affektive Erregung
- Expression von Gefühlen
- Intensivierung des Situationserlebens

3. Dramaturgische Funktionen

- Personencharakterisierung
- Spannungserzeugung
- Stellvertreterfunktion
- Musik als Teil der Handlung
- Wahrnehmung einer handelnden Person
- Kommentar
 - Eingriff in die gegenwärtige Handlung
 - Vorausdeuten zukünftigen Handlungsgeschehens
 - Ankündigung von Geschehnissen
 - Verweis auf Zurückliegendes etc.

Abbildung 8: Funktionen von Filmmusik nach Kloppenburg (2000)

Bei der Klassifizierung von Davis lassen sich ebenfalls auf den Film an sich bezogene und auf den Rezipienten bezogene Funktionen unterscheiden. Davis (2010) differenziert nämlich zwischen drei großen Funktionseinstellungen, die von jedem Musikkomponisten aus verschiedenen Blickwinkeln angegangen werden. Diese Kategorien beinhalten folgende Funktionen: (1) physische Funktionen, (2) psychologische Funktionen und (3) technische Funktionen. Darunter versteht man folgende Unterfunktionen:

(1) Physische Funktionen

- Setting the location for film
- Setting the time period
- Mickey-mousing
- Intensifying the action

(2) Psychologische Funktionen

- Creating the psychological mood
- Revealing the unspoken thoughts and feelings of a character
- Revealing unseen implications
- Deceiving the audience

(3) Technische Funktionen

- Creating continuity from scene to scene
- Creating continuity of the entire film

Abbildung 9: Funktionen von Filmmusik nach Davis (2010)

Davis' psychologische Funktionen (2) entsprechen demnach den rezipientenpsychologischen Metafunktionen, wobei physische (1) und technische (3) Funktionen zusammengefasst den hier vorgeschlagenen Filmfunktionen untergeordnet werden können.

Würde man alle Funktionen von allen Autoren zusammenfassen, sie würden trotzdem nicht alles aufdecken, was Musik im Film zu bieten hat. Diese befindet sich nämlich selbst in einem ständigen Wandel und es werden immer wieder neue Funktionen aufgedeckt, mit der man Musik spielerisch in Szene setzen kann. Im Endeffekt kann die in funktionale Musik überführte Kunstmusik im Film in jeder Strategie der Verbindung von Musik und Filmszene jede Funktion übernehmen (vgl. Kloppenburg, 2000, S.121).

Es werden in der Literatur zahlreiche Filmfunktionen genannt, aber nur wenige Zuschauerfunktionen. Daraus ergibt sich auch hier wieder das Ziel der vorliegenden Arbeit, diese Lücke zu füllen.

3.4 Populäre Musik im Zeichen der Populärkultur

Nach der Klarstellung der Definitionen und Funktionen von populärer Filmmusik, ist es an der Zeit, diese in ein höheres kulturelles Gefüge einzuordnen, und somit in die Theorie einzudringen.

Wie wir in Kapitel 2.2 festgestellt haben, gibt es populäre Musik im Film seit den 1950ern Jahren. Erst wurde sie zum Original Score hinzugefügt, später bekam sie einen eigenen Stellenwert durch die Nutzung von immer bekannteren Liedern und der Verfilmung von Popstars. Ebenfalls in den 50er Jahren begannen sich auch die Cultural Studies zu etablieren. Seitdem hat sich in diesem Feld viel weiterentwickelt.

„Der Bereich der Populärkultur wurde als offenes Terrain verstanden, auf dem kulturelle bzw. ideologische Kämpfe ausgetragen werden“ (vgl. Strinati, 1995)

Doch erst mit der subjektiven Bearbeitung von Produkten der Massenkultur entsteht Populärkultur (vgl. Luger, 2008). Das massenhaft hergestellte Kulturprodukt wird „über den ‚individuellen Zoll‘ durch Identifikation, durch Gefühls- und Erinnerungsbeigaben privat angeeignet, mit der eigenen Biographie verknüpft“ (Soeffner, 1988) und somit als Teil der Populärkultur verwertet.

Populärkultur wird vor allem als Abgrenzung zur Hochkultur angesehen. Kreative Geister wie Goethe oder Mozart schufen zeitlose gültige Kunstwerke, die Ausdruck der allgemeinen Menschlichkeit sind. Hiervon wird die populäre Kultur, die auf der seriellen Produktion und kommerziellen Vermarktung von standardisierten Kulturwaren beruht, strikt abgegrenzt (vgl. Hügel, 2003). Einerseits zeichnet sich die Populärkultur durch den Konsumenten aus, der durch ein breites Interesse ein populäres Objekt sinnlich begehrt, dies auf das eigene Leben bezieht und sich damit beschäftigt. Andererseits gibt es die Popularisierungsstrategie der Kultur und Unterhaltungsindustrien, die sich bemühen beliebte Objekte aus Subkulturen global zu popularisieren und zum „Mainstream“ zu machen (vgl. ibidem).

Das Konzept „populäre Filmmusik“ lässt sich, wie der Name schon sagt, in die populäre Kultur einordnen. Unter populärer Kultur versteht man einen eigenen

Forschungsgegenstand, der sich seit genau 50 Jahren in der Wissenschaft verankert hat und sich, unter anderem, mit der kulturellen Bedeutung und der sozialen und psychologischen Funktion von „Vergnügen“ beschäftigt (vgl. Hügel, 2003, S.1). Populäre Kultur ist dem weitgehenden Forschungsparadigma der Cultural Studies unterzuordnen. Andere Disziplinen, wie Medien- und Literaturwissenschaft, Soziologie, Volkskunde, Psychologie und Publizistik beteiligen sich jedoch auch an der Erforschung des Populären (vgl. ibidem).

Hier lassen sich Unterbegriffe unterscheiden, die der Begriff „populäre Kultur“ meist mit einschließt. „Massenkultur“, „Kulturindustrie“, beziehungsweise „Konsumenkultur“ oder das „Triviale“ stehen für die Rezeption und Produktion unterhaltender Artefakte, „Volkskultur“ untersucht das traditionelle Brauchtum, „Subkultur“ oder „Jugendkultur“ beschäftigen sich mit Lebensweisen, Ausdrucksformen und Unterhaltungen der Zielgruppe Jugend, „Alltagskultur“, „Freizeitkultur“ und „Erlebniskultur“ beziehen sich auf keine spezifische Altersgruppe, und „Medienkultur“ erforscht allgemein anerkannte Vermittlungs- und Distributionsinstitutionen und -praktiken (vgl. Hügel, 2003, S. 14). Da Film und Filmmusik aus der Sicht der Rezeption und Produktion unterhaltender Artefakte analysiert werden sollen, können für die vorliegende Studie die Begriffe der ersten Gruppe angenommen werden.

„Popsongs, Spielfilme und Fernsehserien sind als kulturelle Phänomene Teil sozialer Praxis. (...) Massenkultur stellt also eher ein Repertoire dar und die Populärkultur ist das, was die Zuschauer mit den Produkten der Kulturindustrie tatsächlich machen.“ (Göttlich & Winter, 2000, S.8).

Massenkultur, im Sinne der Populärkultur, ist eine Sammelbezeichnung für Waren, Dienstleistungen und Aktivitäten, die der Unterhaltung und dem Vergnügen vieler dienen (vgl. Hügel, 2003, S.48). Sie ist Marktkultur und muss im Wettbewerb der Reize ihr Publikum finden:

„Die Nutzer suchen Ablenkung und Mitgerissenwerden, distanziertes Amüsement und ekstatische Verausgabung, unverbindliche Horizonterweiterung und Überwältigung durch Gefühle, gemeinschaftliche Hochstimmung und individuelle Körpererfahrung,

geistige Herausforderung und erregenden Sinnenreiz“ (Hügel, 2003, S.49).

Der Zuschauer wird hier als aktiv nach Vergnügen Suchender dargestellt. Der Grund des Filme-Schauens bleibt nach wie vor der Film selbst – es wird eher sehr wenige Leute geben, die Film nur aufgrund der Filmmusik schauen. Aber es gibt sie trotzdem. Und die Musik ist nach wie vor Teil des Mitreißens im Film, ob man ihre Rezeption vorher ausgewählt hat oder nicht.

Der Begriff der Kulturindustrie steht im Zusammenhang mit den Arbeiten Adornos und lässt sich als kulturelle Massenproduktion verstehen, die vorwiegend als Gegenbegriff zur Kunst und Kunstproduktion angewandt wird (vgl. Hügel, 2003, S.45). Vor allem geprägt wird die Kulturindustrie von der „Technisierung der Kommunikation mit ihrem Einfluß auf Kunstproduktion und Kultur im Spätkapitalismus“ (ibidem). In Adornos Kritik sind ein eher geschichtlicher Aspekt und die Wandlung der Zeit verwurzelt. Für die Filmmusik würde das folgendes bedeuten: Musik wird auf den Konsum der Massen zugeschnitten – autonome Songs, die gefallen, werden in der medialen Verbreitung des Films mit einbezogen. Was schon einmal an Bekanntheit gewonnen hat, hat die Massen schon längst überzeugt und kann somit weiter verwendet werden. Oder umgekehrt, Film erwirbt sich durch Popularität eine Identität und gibt diese an die Filmmusik weiter, die dann auch als autonome Kraft standhalten kann.

Wie in Kapitel 3.2 festgelegt wurde, besteht populäre Musik nicht unbedingt nur aus Popmusik. Pop ist nämlich eine Musikgattung von vielen, die als populäre Musik agieren können. Demnach erscheint es als unausweichlich, die wichtigsten Gattungen der populären Musik, die auch tatsächlich als Compilation Score verwendet werden, auch hier kurz zu erwähnen.

Pop- und Rockmusik, meist erkennbar auch an nicht-musikalischen Elementen wie Lyrics oder Titel, bauten eine Familiarität auf, die auf den spezifischen kulturellen und historischen Kontext hinweisen (vgl. Smith, 1998, S.163). Damit wurde ein Meilenstein gesetzt, denn das war schließlich der Grund, warum populäre Musik überhaupt so hip wurde. Erkennbarkeit schien eine Schlüsselrolle zu spielen, um Musik erfolgreich zu machen, und das gilt heute so wie damals.

Das am meisten verwendete Genre im Namen der populären Filmmusik bleibt nach wie vor Pop. Als einer der ersten Filme, die Popsongs verwenden, wird *Die Reifeprüfung* (engl. *The Graduate*, R.: Mike Nichols, USA 1967) bezeichnet. Der Regisseur verwendete hier Songs der bekannten Band „Simon and Garfunkel“, einschließlich der Tracks „Mrs. Robinson“ und „The Sound of Silence“ (vgl. Kloppenburg, 2000, S.128 f.). Pop zeichnet sich vor allem durch eine funktionelle Tonalität aus. Popmusik verwendet eine gewisse Struktur mit einem erkennbaren Muster an Versen, Refrain und äußerst harmonischem Rhythmus (vgl. Smith, 1998, S.7).

„In einer Zeit, in der – um nur ein Beispiel zu nennen – die Werbekampagnen und Auftritte von Politikern im Wahlkampf oder Rechenschaft ablegenden Konzernchefs sich immer mehr Posen von Popstars angenähert haben, könnte die so umfassende wie befriedigende Antwort lauten: Alles ist Pop!“ (Tischer, 2011, S.195).

Pop wurde also besonders aufgrund der Familiarität und der Nachfrage außerhalb der Filmindustrie in den Film eingeführt. Das gleiche passierte auch mit Rock und Jazz. Die Einführung von Rockmusik im Film war kein Zufall. Vor allem Teenager wurden zu großen Fans von Rockmusik, was die Filmindustrie natürlich auch für sich nutzen wollte (vgl. Smith, 1998, S.156).

Geht es nun darum, diese Filmmusik-Kultur in der theoretischen Grundlage der Cultural Studies zu verorten, findet auch Alltagskultur einen wichtigen Platz. Denn der Alltag wird von den Medien begleitet, und umgekehrt betrachtet werden die Medien zu einem festen Bestandteil des häuslichen Alltags, sie werden sozusagen „domestiziert“ (vgl. Hügel, 2000, S. 26).

„Die Cultural Studies konzentrieren sich somit darauf, wie Menschen in verschiedenen gesellschaftlichen Zusammenhängen ihre (Alltags-) Kultur schaffen und erfahren. Interesse findet, wie die (global erzeugten und verbreiteten) Produkte der Massenkultur (in lokalen Kontexten) angeeignet und verarbeitet werden und welche Interpretationen, Bedeutungsverschiebungen und Aktivitäten sich abzeichnen.“ (Göttlich & Winter, 2000, S. 8).

Genau aus diesem Grund werden Studien wie diese hier durchgeführt werden, um zu erforschen, wie die Produkte der Massenkultur von Rezipienten aufgenommen und verarbeitet werden. Veränderungen führen zu neuen Interpretationen, die dann auch praktisch getestet und angewendet werden können. Populäre Filmmusik ist nur ein Element der Hülle des massentauglichen Films, doch ihre Wirkung darf nicht unterschätzt werden. Sie ist also ein kulturelles Phänomen, das durch die Kulturindustrie immer mehr als Massenkultur verbreitet wird und somit der Alltagskultur einen neuen Aufschwung gibt. Der Rezipient steht im Mittelpunkt dessen, was das Vergnügen durch Medienaufnahme stärkt. Deshalb schneiden die Massenmedien ihre Inhalte auf den Konsum des Rezipienten zu. Der Zuschauer wird zum zentralen Filmkultur-Akteur, der bedient, vergnügt und zufrieden gestellt werden soll. Dies bedeutet allerdings auch, dass die Film- und Musikindustrie ständig auf Veränderungen in der Alltagskultur des Zuschauers achten muss. Musikstil, Filmgenre und Zuschauer selbst sind nämlich keine starren Gebilde, sondern individuelle Bündel, die innerhalb ihrer Existenz ihre Grenzen mit der Zeit verfließen lassen.

3.5 Der Soundtrack im Geschäft

Nach einer zwar geklärten Definition von „populärer Musik“ und ihre Rolle im Film, , bleibt dennoch folgende wichtige Frage offen: Was macht wen bekannt – die Musik den Film, oder der Film die Musik?

Heutzutage ist die Musiklandschaft im Film so gestaltet, dass sie erfolgreiche Popsongs, wenn nicht verwendet, dann zumindest imitiert (vgl. Wright, 2003, S.9). Und warum? Weil Popmusik Erfolg verspricht, und zwar auch im Film. Allerdings ist die Frage, was zuerst kam – die Musik oder der Film – wie das Henne-Ei-Problem. Musik macht Filme bekannt – oder doch umgekehrt? Da man von einem synergetischen Zusammenspiel zwischen Film und Musik spricht (vgl. Reay, 2004; Barron, 2003,), kann man meist nicht genau feststellen, welches der beiden jetzt für die Popularität beider verantwortlich ist.

Einerseits sind es die Medien, die uns für gewisse Musik sensibilisieren, Vertrautheit kreieren und dadurch einen Film nach oben treiben können, andererseits kann auch ein Film einen fabelhafter Fundort für bekannte, neue oder noch nicht entdeckte Musik darstellen.

“The right song in the right place can be an extremely powerful device, which enables a film to effectively build on the work that the song has already done.” (Wright, 2003, S.13).

Vor allem Filme, die von der schon existierenden Bekanntheit der in ihnen verwendeten Musik profitieren, zeigen, dass Film und Musik sich gegenseitig aushelfen. Besonders auffällig sind selbstverständlich Filme, die Pop-Kultur-Geschichte schreiben, indem sie das Leben oder Ansichten großer Stars verbreiten. Zu diesen musikalischen Bekanntheiten zählen Jim Morrison, Sänger der Band The Doors (*The Doors*, R.: Oliver Stone, USA 1991), die Lebensgeschichte des Rockstars Buddy Holly (*The Buddy Holly Story*, R.: Steve Rash, USA 1978), die Biographie von Sid Vicious, Bassist der britischen Gruppe „Sex Pistols“ (*Sid and Nancy*, R.: Alex Cox, UK & USA 1986) oder die Verfilmung der jungen Phase der Beatles in Deutschland (*Backbeat*, R.: Ian Softley, UK & DE 1994). Dies sind allerdings nur einige Beispiele, in denen Musiker einem Film zum Ruhm und den Zuschauer in die Kinos verholten haben, allein schon aus dem einfachen Grund, weil die Musik und die Geschichte der darin vorkommenden Musiker populär waren. Atkinson (vgl. 1995) ist sogar der Meinung, dass alle diese Filme ihre Quelle in der Verfilmung des King of Rock 'n' Roll haben und dass jede Musikmarke eine fast „elvisierte“ Geschichte darstellt. Allerdings darf nicht vergessen werden, dass die Rolle eines Sängers eine ganz andere ist als jene eines Schauspielers. Thompson (vgl. 1995, S.34) beschreibt dies grundlegend:

“A pop persona works in a different way from a film persona: it is harder to submerge, and keeps popping up at the wrong moment. (...) It's not that pop fame and film fame are incompatible, just that they interact in an extremely complex way”.

Die Symbiose Musik – Film ist demnach eine sehr komplexe. Nicht nur, dass eine Pop-Ikone nicht unbedingt Talent zur Schauspielerei haben muss, aber auch die falsche Musik an einer falschen Stelle kann eine negative Wirkung auf den Zuschauer/Zuhörer

haben. Ist Musik nämlich bekannt oder stark negativ emotional behaftet – sei es auf persönlicher oder allgemeiner Ebene, so kann sie auch als Störfaktor wirken. Dennoch lassen sich einige spezielle Filme finden, in denen Musik vorkommt, die einen außerordentlichen Erfolg hatte und damit dem Film zusätzlich zu Bekanntheit verholfen hat.

Es sind allerdings nur einzelne Rollen, die Songs in einem Film annehmen können und singuläre, wenngleich repräsentative Beispiele, die in der Filmgeschichte bestätigt haben, dass Musik gezielt als Instrument zum Bekannt-Werden und Bekannt-Machen angewendet werden kann.

Aber wie genau funktioniert das Phänomen des Bekannt-Werdens? Wie schaffen es Film und Musik einander zu Bekanntheit zu verhelfen? Dies kann anhand einiger kultureller sowie musik- und filmindustrieller Wandlungen erklärt werden (vgl. Chopyak, 1987, zit n. nach Gmelin 2006, S.441):

- Eine größere Vielfalt an Musik ist mehr Menschen als früher zugänglich. Dies lässt sich vor allem auch anhand neuer Verkaufsmöglichkeiten, wie durch online Medien feststellen.
- Deswegen tendieren Musikstile zur Standardisierung und die Produktion zur Zentralisierung.
- Durch verfügbare Aufnahmen werden die Aufführungsstandards höher und der Grad der Professionalisierung der Musiker steigt.
- Vom beruflichem Standpunkt aus, wechselt der Fokus der Aufmerksamkeit vom Song (bzw. Komponisten) zum Sänger (bzw. Interpreten).
- Orale Traditionen können bewahrt werden und als eigenständig überleben.
- Für die meisten Menschen wird Musik von einem aktiven zu einem passiven Prozess.
- Die Geschwindigkeit der Verbreitung nimmt zu, damit allerdings auch der Popularitätswechsel einzelner Künstler.
- Die Musikindustrie und die Massenmedien werden als Arbeitgeber für Musiker immer wichtiger.

Und mit dieser Wandlung, nicht nur des Berufes eines Musikers selbst, sondern auch der Nachfrage des Publikums, öffnen sich neue Türen. Soundtrack Alben waren schon seit den 50er Jahren äußerst populär und erfolgreich und sie sind bis heute ein fester Bestandteil des Marktes.

“Since the 1950s, the production of motion picture soundtrack albums has flourished both as an important tool of film promotion and as an aesthetic and cultural phenomenon in its own right.” (Jeff Smith, 1998, S. 1)

Filmmusik inspiriert, motiviert und signiert. Sie inspiriert, weil sie den Zuhörer auf neue Musik aufmerksam macht, die er vielleicht noch nicht gekannt hat. Sie motiviert indem der Rezipient aktiv wird, wenn er einen Soundtrack hört, der ihm gefällt. Darunter kann man die Suche nach dem Namen des Künstlers, den Titel oder sogar den Kauf des einzelnen Songs oder eines ganzen Albums verstehen. Und sie signiert, weil sie im Kontext des Filmes lebt und daher eine Signatur für den Film selbst darstellt.

3.6 Die Dänische Filmindustrie als Beispiel

Die Geschichte der Filmmusik ist eine Geschichte des stetigen Wachstums und Erfolges. Man könnte so gut wie jede Filmindustrie eines x-beliebigen Landes heranziehen und ihre Filmsammlung durchforsten – man würde mit Sicherheit ein paar bekannte Schätze darin finden. Als Beispiel soll hier die dänische Filmindustrie gelten. Die Wahl fiel auf Dänemark aufgrund eines Film-Booms, der die Bekanntheit des dänischen Films schnell anstiegen ließ und zahlreiche Diskussionen auslöste.

Spätestens seit dem Filmkollektiv Dogma 95 (dänisch Dogme 95) kennt man dänisches Kino. Es bezeichnet eine Gruppe von dänischen Filmregisseuren, die eine „Befreiung des Kinos“ zum Ziel hatten (vgl. Maneljuk, 2007). Lars von Trier, Kristian Levring und Søren Kragh-Jacobsen unterzeichneten ein Manifest für eine alles andere als gewöhnliche Art der Filmproduktion, das am 20. März 1995 von den Regisseuren

selbst im Pariser Odeon-Theater vorgestellt wurde und für großes Aufsehen sorgte. Das Manifest stellte 10 Anforderungen an die Produktion eines Filmes, die vor allem technische Verschönerungen und Spezialeffekte aus dem Film verbannen sollten. Die Filme dieses „neuen Genres“ zeigten Erfolg. Zu den wohl bekanntesten zählen *Das Fest* (dänisch *Festen*, R.: Thomas Vinterberg, DK 1998), *Idioten* (dänisch *Idioterne*, R.: Lars von Trier, DK 1998), *Italienisch für Anfänger* (dänisch *Italiensk for begyndere*, R.: Lone Scherfig, DK 2000) und *Für immer und ewig* (dänisch *Elsker dig for evigt*, R.: Susanne Bier, DK 2002).

Vor allem Lars von Trier sorgte mit seinen letzten kontroversen Filmen *Antichrist* (2009), *Melancholia* (2011) und *Nymphomaniac* (2013) für Aufregung. Sowohl seine früheren Filme, als auch die neuesten Werke weisen auch eine exemplarische Nutzung an populärer Musik auf, um entweder dem Film oder der Musik selbst zu mehr Bekanntheit zu verhelfen. Die Verfilmung mit einer der bekanntesten Pop-Künstlerinnen Björk als Hauptdarstellerin in *Dancer in the Dark* (2000) oder die Wiederbelebung einer der bekanntesten deutschen Bands Rammstein für das Hauptlied in *Nymphomaniac* (2013) sind nur einige Beispiele seiner Filmmusik-Nutzung.

Kloppenburger (vgl. 2000, S.128) hat mögliche Erklärungen dafür gefunden, wie ein Musiktitel im Film berühmt werden kann. Diese sollen nun anhand einiger Beispiele aus dem dänischen Film-Kontingents hier angeführt werden, da sie mögliche Erklärungsansätze für die vorliegende Studie, aber auch für die allgemeine Begründung des Populär-Werdens von Musik aufgrund eines Kinohits darstellen. Demnach nimmt Musik folgende Rollen ein, dargestellt an den Werken Lars von Triers:

- Musik als Werbung für den Film: Björk in *Dancer in the Dark*
- Film als Werbung für die Musik: *Dancer in the Dark*
- Für eine gute Promotion engagieren Produzenten gelegentlich Musiker als Schauspieler: Björk, Charlotte Gainsbourg
- Um Werbemaßnahmen zu unterstützen, werden Titel aus dem Soundtrack des Films von einem Schauspieler gesungen: Charlotte Gainsbourg – „Hey Joe“
- Filmmusik kann auch Trends setzen, so dass alte Schlager wieder „aufblühen“ oder die Popmusik aus den 80er Jahren wieder „in“ wird: Rammstein

- Coverversionen von alten Klassikern werden eingesetzt: Charlotte Gainsborough – „Hey Joe“ (Cover von Jimi Hendrix)
- Instrumentale Musik wird verwendet um daraus einen Hit zu machen: Rinaldos „Lascia ch'io pianga“ im Film „Antichrist“
- Produzenten zahlen viel Geld, um einen bestimmten Musiktitel zu bekommen

Es ist unschwer zu erkennen, dass Musik und Popularität im Film gezielt eingesetzt werden können, um zusätzlich einen werbenden Effekt zu erreichen. Der dänische Filmmarkt sorgt aber generell ohnehin für viel Aufruhr, nicht zuletzt aus Gründen kontroverser Thematiken und markanter Inszenierungen. Ebenfalls an einem dänischen Beispiel soll auch eine empirische Studie zur Wirkung bekannter populärer Musik durchgeführt werden. Näheres wird im Kapitel 5 beschrieben.

4. MUSIK ALS MARKETING TOOL DES FILMS

„The song score has become a marketing tool. A record not only synergizes within the film, but reaches out to the core youth market that the film wants to attract” (Wyatt, 1994, S.134)

Musik im Film erfüllt verschiedene Funktionen, tritt in zahlreichen Formen auf und erweist sich als ein komplexeres Phänomen als zunächst erwartet. Denn Musik im Film wird in einem anderen Kontext rezipiert als eine für sich stehende Musik ohne Bild.

Musik wird als Marketing Tool für Filme schon seit der Ära des Stummfilmes benutzt (siehe Kapitel 2.1), doch für den wissenschaftlichen Zugang zur Filmmusik ist diese Herangehensweise noch Neuland.

Nach einer kurzen Einführung in die Prozesse des Wahrnehmens von Film und Musik sowie dem Ablauf des Wiedererkennens von Reizen, soll anhand eines Modells der Wirkungsmechanismus vom Filmmusik-Verständnis dargelegt werden.

4.1 Der kognitive Zuschauer

Es gilt zuerst die Wirkungsmechanismen zu verstehen, die beim Zuschauer selbst aktiviert werden, wenn er oder sie Musik im Film rezipiert. Die Grundlage hierfür stammt aus dem Bereich der kognitiven Psychologie und erkennt den Zuschauer als aktiv kognitiv verarbeitenden Verstand.

Die kognitive Psychologie arbeitet mit vielen Definitionen, Experimenten und Begriffen. Während einige an ihrer Existenz zweifeln (z.B. Johnson-Laird, 1980), ist die Mehrheit dennoch der Meinung, dass sie das Fundament allen menschlichen Handelns ist (vgl. Vitouch & Tinchon, 1996). Nicht zuletzt spielt sie auch eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Konsumenten und Rezipienten zu untersuchen. Daher wird unser Zuschauer, beziehungsweise Zuhörer, der im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen soll, dem theoretischen Paradigma des Kognitivismus untergeordnet.

In der Rezipientenforschung wird der Zuschauer schon seit längerer Zeit nicht mehr als aktionsloser, steuerbarer Teilnehmer angesehen, sondern als aktiv Suchender und Lernender, der seine Medieninhalte selbst wählt. Dies entspricht auch der Vision der kognitionstheoretischen Grundposition, bei der

„der Lernende als Individuum begriffen wird, das äußere Reize aktiv und selbstständig verarbeitet und nicht einfach durch äußere Reize steuerbar ist“ (Tulodziecki, 1996, S.43).

Davon kann abgeleitet werden, dass Film und besondere Filmteile, wie Filmmusik, mit unterschiedlichem Wahrnehmungsgrad rezipiert werden. Ebenfalls macht es einen Unterschied, ob man Lieder in einem Film etwa noch nie gehört hat oder tatsächlich wiedererkennt, wobei die Begriffe „Recall“ (Information abrufen) und „Recognition“ (Information wiedererkennen) eine zentrale Rolle spielen. Doch was genau wird eher rezipiert und warum? Welche Bedingungen muss eine Filmszene erfüllen, damit auch auf die Filmmusik aufmerksam gemacht wird? Dies sind nur einige Fragen, die während der Literaturrecherche aufgekomen sind und innerhalb der Arbeit in den Blickpunkt genommen werden sollen.

4.1.1 Der Wahrnehmungsprozess

Die Verbindung zwischen Auditivem und Visuellem bedingt einiger Koordinierung unserer Aufmerksamkeit und unserer Wahrnehmung. Zofia Lissa (1965, S.94) beschreibt dies schon sehr früh als einen ganz natürlichen Zusammenhang, bei dem Hören und Sehen unabdingbar zusammen gehören:

„Im täglichen Leben hängt die Bewegung visueller Erscheinungen immer mit Hörscheinung zusammen. Mehr noch, die Bewegung visueller faßbarer Gegenstände ist vorwiegend die Ursache dieser begleitenden auditiven Erscheinungen. Bewegungslosigkeit in der visuellen Sphäre verbindet sich in unserer Erfahrung mit der Stille.“

Dass Stille in den 50er Jahren im cineastischen Geschehen absichtlich eingesetzt wurde, um verschiedene Stimmungen, wie beispielsweise Spannung, auszulösen, lässt sich am besten anhand von Hitchcock's besten Werken zeigen (siehe Kapitel 2.2).

„(...) die Strukturierung der Musik selbst vollzieht sich nur mit einem ‚Teil‘ des Bewußtseins“. (Lissa, 1965, S.357).

Anhand dieser Studie soll die Musik im Bewusstsein wieder „erweckt“ werden und mehr in den Vordergrund treten, um auch diese Art der Filmwahrnehmung zu erforschen. Während man vor 60 Jahren noch der Auffassung war, Musik müsse unbedingt im Hintergrund bleiben und nur unauffällig das Bild unterstützen, verlangen die heutigen Ansichten einen dezenten Perspektivenwechsel. Dies hat mehrere Gründe: erstens, stellt nicht mehr nur die Vermarktung des Filmes das Ziel dar, sondern auch die seines Soundtracks; zweitens, führt die vermehrte Verwendung von populären, kompilierten Songs im Film dazu, dass Musik auch mehr auffällt und drittens, ist es auch umgekehrt der Fall, dass man durch zahlreiche Musikverbreitende Medien öfter autonome Musik, die man schon kennt, auch in Filmen und Serien vorfindet.

Der wichtigste Teil der Analyse der Wirkung von Film und Musik gehört allerdings zur psychologischen Wahrnehmungsforschung, da es sich hier als allererstes um die Rezeption, also die Aufnahme von filmischen und musikalischen Reizen, handelt. Der nächste Schritt ist die Verarbeitung dieser Reize, die im folgenden Kapitel näher beschrieben werden soll. Doch zunächst muss geklärt werden, wie Film überhaupt wahrgenommen werden kann.

Die Wahrnehmungspsychologie ist eine eigenständige Wissenschaft, die sich mit der Frage beschäftigt, wie Individuen sich selbst und ihre Umwelt erleben (vgl. Kulbe, 2009). Im weitesten Sinne ist die Wahrnehmung ein allgemeiner Prozess, Objekte und Ereignisse durch mehrere Schritte zu begreifen: Sie mit den Sinnen zu empfinden, zu verstehen, danach zu identifizieren und zu klassifizieren, um sich anschließend auf sie vorzubereiten und auf sie zu reagieren (vgl. Gerrig & Zimbardo, 2008). Würde man diese Definition auf unsere Musik im Film anwenden, würde das ungefähr folgendermaßen ausschauen: Der auditive Apparat nimmt sowohl das Gesprochene der Schauspieler, als auch die Hintergrundmusik auf. Beide werden als solche erkannt

und verstanden. Die Information aus dem Gespräch wird weiterhin verinnerlicht und verarbeitet. Die Musik fällt meist gar nicht auf, doch wenn die Aufmerksamkeit auf die Musik stößt, wird auch diese identifiziert: Kommt sie einem bekannt vor, ist sie neu und gut oder gefällt sie gar nicht? Je nach Szenario können daraus mögliche Reaktionen entstehen.

Beim Film kann die Rezeption in visuelle und auditive Wahrnehmung eingeteilt werden, wobei diese meistens gleichzeitig verlaufen. Denn hier werden die Reize gleichzeitig dargeboten und je nach vorliegendem Wissen des Zuschauers, wird diese Information anhand zweier Prozesse verarbeitet: Bottom-Up oder Top-Down. Von Bottom-Up spricht man in der kognitiven Psychologie, wenn die Analyse lediglich aufgrund der Reizmerkmale aus der Umwelt geschieht (vgl. Gerrig & Zimbardo, 2008, S.152). Die Wahrnehmung hängt also von den Daten aus der Umwelt ab. Als Beispiel aus einer Filmszene könnte folgendes gelten: Tritt ein Song im Hintergrund auf, wird dies kurz von unserem Gehirn überprüft und als die Information „Hintergrundmusik“ umgesetzt. Würde man alle Reize aus der Umwelt allerdings nur durch Bottom-Up, also ohne die Einbettung in bereits Erfahrenes vornehmen, so würde man die Welt jeden Tag von neuem erleben müssen. Deshalb spricht man in der Wissenschaft auch vom Top-Down Prozess.

Der Top-Down-Prozess ist die diejenige Wahrnehmungsverarbeitung, die für diese Arbeit von besonderer Bedeutung ist. Hier wird nämlich das Vorwissen des Wahrnehmenden bei einer Reizaufnahme aktiviert: Unsere Erfahrung, unsere Motive, unser Wissen und kulturelle Hintergründe beeinflussen die Wahrnehmung der Reize aus der Welt (vgl. ibidem).

„Keine zwei Menschen interpretieren eine Situation auf die genau gleiche Weise. Unsere persönliche Konstruktion der Realität ist unsere ureigene Interpretation einer gegebenen Situation und basiert auf unserem allgemeinen Wissen, unseren Erinnerungen an vergangene Erlebnisse, auf augenblicklichen Bedürfnissen, Werten, Einstellungen und künftige Zielen.“ (Gerrig & Zimbardo, 2008, S.167).

So wird ein Song innerhalb einer Filmszene auch wiedererkannt. Das Vorwissen klassifiziert den Reiz als familiär und je nach Gewicht des Vorwissens können damit

Erinnerungen und Emotionen verbunden sein, die wieder abgerufen werden. Ebenfalls ist die kognitive Aktivität von Top-Down Prozessen nicht auf einen Moment im Film beschränkt, sondern der Zuschauer kann sich in den erhaltenen Informationen vor und zurück bewegen, um seine Hypothesen zu überprüfen (vgl. Groth, 2003, S.82).

Anhand dieses Top-Down Prozesses werden auch andere kognitive Prozesse geweckt, die für die Wiedererkennung eines Songs im Film eine Rolle spielen. Einerseits wird die Hintergrundmusik bewusst, andererseits wird auch die Aufmerksamkeit auf die Musik gelenkt und, eventuell, von dem Visuellen abgelenkt. Unter der Prämisse, dass durch einem Top-Down Prozess ein Lied als „bekannt“ erkannt wird, sollen hier nun einige Aspekte kurz erwähnt werden. Dies dient der Vollständigkeit der Erklärung des filmmusikalischen Wahrnehmungsprozesses sowie der Grundlage der wichtigsten Begrifflichkeiten nachkommender Inhalte.

4.1.2 Vom Bewusst-Werden der Musik

Wie wir in den Einführungskapiteln 2 und 3 gesehen haben, war die anfängliche Funktion von Musik im Hintergrund zu bleiben, nicht aufzufallen und in der Stummfilmzeit unerwünschte Geräusche zu überdecken. Claudia Gorbman (1987, S.5) beschreibt den Zuschauer nach wie vor als einen unkritischen, wenig aufmerksamen Rezipienten, wenn es um Filmmusik geht:

“Film music, participating as it does in a narrative, is more varied in its content and roles; but primary among its goals, nevertheless, is to render the individual an untroublesome viewing subject: less critical, less ‘awake’.”.

Musik bleibt nach wie vor im Hintergrund, doch wird durch den kommerziellen Nutzen, den sie zu erfüllen versucht, die Schwelle zum Bewusst-Werden immer kleiner. Und mit „Bewusst-werden“ soll hier „auffallen“, „darauf aufmerksam werden“ gemeint sein.

Laut Gerrig & Zimbardo (2008, S.728) ist die Aufmerksamkeit ein Zustand fokussierten Bewusstseins, der sich auf eine Teilmenge der verfügbaren perzeptuellen Informationen beschränkt. Im Film werden sowohl visuelle, als auch auditive Sinne angesprochen. Dies führt dazu, dass einem der beiden weniger und dem anderen mehr Aufmerksamkeit zugesprochen wird:

“While we are also aware of what we hear, we digest visual information more consciously – and more critically – than we do aural information.” (Wright, 2003, S.10).

Hintergrundmusik kann aber trotzdem auf verschiedene Arten auffallen. Ein Film ist ein Bündel an zahlreichen Reizen, und doch wird er meist als etwas Ganzes wahrgenommen. Geht es darum, auf etwas Spezielles in einer Filmszene hinzuweisen, spielt die Aufmerksamkeit die wohl wichtigste Rolle. Sie wird nämlich ständig in mehrere Richtungen gelenkt (vgl. Lissa, 1965, S. 356), und zwar: (1) auf die visuellen Vorstellungen der vorbeiziehenden Filmbilder, (2) auf die durch sie dargestellten Gegenstände und ihre Beziehungen zueinander und (3) auf die sie begleitenden auditiven Erscheinungen, also auch die Musik. Kommt es allerdings vor, dass die auditiven Erscheinungen aus irgendeinem Grund in den Vordergrund treten, so wäre doch eine Veränderung in der Wahrnehmung möglich. Da jeder Mensch ein eigenes Bündel an Erfahrungen und Vorwissen besitzt, ist dies jedoch ein eher experimentelles Verfahren, das weniger kontrolliert werden kann, sondern viel eher zunächst untersucht werden sollte.

Wie genau kann nun Musik im Film auffallen? Eine mögliche Antwort hierfür liegt im Top-Down Prozess, der im vorigen Kapitel beschrieben wurde. Dieser Prozess steuert die Einbettung von einem Reiz in einen schon bestehenden Katalog an Erinnerungen, Erfahrungen und Bedeutungen. Vereinfacht gesagt, fällt ein Lied im Film auf, wenn es schon Teil des Vorwissens war und vom Gehirn als „familiär“ erkannt wird.

„ob es Musik ist oder eine ganz andere Kategorie dafür in Frage kommt, hängt jeweils davon ab, wer wo und unter welchen Umständen davon berührt wird.“ (Höge, 2005, S.123).

Eine Wertung kann nur im folgenden Schritt geschehen. Nach der erfolgreichen Identifizierung des Reizes, liegt es am Paket an Vorwissen zu bestimmen, ob die Musik

gefällt oder nicht. Wenn sie an schöne Erinnerungen und Emotionen geknüpft ist, wird sie höchstwahrscheinlich auch in der gegenwärtigen Situation ähnliche Reaktionen auslösen. Assoziationen können aber auch ins Negative führen und zu einer unangenehmen Ablenkung vom Film führen, was sicherlich nicht die Intention der Filmemacher ist und eine Gefahr bei der Verwendung von Compilation Scores im Film darstellt (vgl. Smith, 1998, S.164).

Leider besteht hier eine Lücke an wissenschaftlichen Erkenntnissen, um die genauen Gründe für das Auffallen von Musik zu nennen. In diesem Sinne, ist die vorliegende Studie ein erster Schritt zum Schließen dieser Lücke.

4.2 Verarbeitungsflüssigkeitsmodell nach Schwarz

Im vorigen Kapitel wurden die Prozesse beschrieben, die bei der Wahrnehmung eines Reizes eine wichtige Rolle spielen. Dies ist der erste Schritt, den ein Zuschauer unternimmt, wenn er einen Film anschaut und ihm die Musik darin besonders auffällt. Nun ist es allerdings an der Zeit einen Schritt weiter zu gehen, um zu sehen wie die Wahrnehmung die Verarbeitung der Reize beeinflusst.

Um ein Modell zu finden, das sowohl den Zuschauer als Rezipienten und die Filmmusik als Objekt vereint, und ebenfalls als experimentelle Anwendung in dieser Arbeit zustande kommen kann, wurde auf ein Modell zurückgegriffen, das sich vor allem im Marketing bewährt hat: dem Modell der Verarbeitungsflüssigkeit (englisch Processing Fluency Model). Dies basiert auf der Annahme, dass die Verarbeitungsflüssigkeit, also die Leichtigkeit oder Schwierigkeit mit der ein Stimulus zugänglich ist, die Urteilsbildung beeinflusst (vgl. Reber, Schwarz & Winkielmann, 2004).

Von diesem Modell wurde ein anderes Modell abgeleitet, das speziell auf die Wahrnehmung von Schönheit ausgerichtet ist. Dieses „Processing fluency model of aesthetic pleasure“ wird als Grundlage dienen, um das Zusammenspiel Zuschauer und populäre Filmmusik zu untersuchen. Durch die Einführung von Effekten, wie Bekanntheit oder Wiedererkennungseffekten, lassen sich verschiedene

Untersuchungsdesigns variieren. So wurde auch in der Studie von Schwarz (vgl. 2004, S.340) festgestellt, dass jede Variable, die Verarbeitungsflüssigkeit ermöglicht, auch Präferenzen für diese Variable steigern kann.

Schwarz et al. (vgl. 1991) stellte in seinen Studien fest, dass für Personen bei einer Beurteilung nicht nur das Abrufen einer Information selbst eine Rolle spielt, sondern zusätzlich dazu auch die Leichtigkeit, mit der eine Information verarbeitet wird. Dies wurde als Verarbeitungsflüssigkeit (engl. „processing fluency“) bezeichnet.

Alter & Oppenheimer (vgl. 2009) unterscheiden hier zwischen perzeptueller Flüssigkeit (engl. „perceptual fluency“) und Abruf-Flüssigkeit (engl. „retrieval fluency“). Perzeptuelle Flüssigkeit bezieht sich auf die Leichtigkeit, mit der Wahrnehmungsreize verarbeitet werden können, wohingegen Abruf-Flüssigkeit die Leichtigkeit, mit der man Informationen aus dem Gedächtnis abrufen, darstellt.

Die Verarbeitungsflüssigkeit beeinflusst die Beurteilung von Wahrnehmungsreizen. Ist perzeptuelle Flüssigkeit gegeben, so kommt der Stimulus der Person vertraut vor und führt dazu, dass der Stimulus affektiv positiv erlebt wird (vgl. Reber, Winkielman & Schwarz, 1998). Doch warum ist dies so? Mögliche Erklärungen werden von den Autoren des Modells selbst vorgeschlagen (vgl. Reber, Schwarz & Winkielman, 2004, S.366). Eine leichte Verarbeitung sagt etwas über einen positiven Sachverhalt aus, sei es im kognitiven System, oder in der äußeren Welt. Hohe Verarbeitungsflüssigkeit kann ebenso einen positiven Affekt hervorrufen, da dies mit dem erfolgreichen Erkennung des Reizes, der fehlerfreien Verarbeitung oder der Zugänglichkeit zu dem passenden Wissen assoziiert wird, um den Stimulus zu interpretieren. Verarbeitungsflüssigkeit mag auch zu einem positiven Zustand führen, weil es den Reiz als familiär, beziehungsweise bekannt signalisiert und es daher unwahrscheinlicher ist, dass der Reiz gefährlich ist.

Obwohl es sich hier um eine subjektive Einschätzung der Leichtigkeit handelt, hat sich dieser Effekt als äußerst konsistent in verschiedenen Studien erwiesen. Alter & Oppenheimer (vgl. 2009) haben diese Studien zusammengefasst und je nach Beurteilungsdomäne und Manipulation der Flüssigkeit von Stimuli eingeteilt. Die für diese Arbeit relevanten Erkenntnisse betreffen ausgesuchte Studien zur Beurteilung

nach „Liking“, „Frequency/familiarity“ und „Fame“, die aus dem Katalog nach Alter & Oppenheimer (vgl. 2009) extrahiert und in Tabelle 1 zusammengefasst wurden.

wissenschaftlicher Artikel	Beurteilung	Fluency-Manipulation	Feststellung
Bornstein & D’Agostino (1992); Zajonc (1968)	Liking	Abruf-Leichtigkeit (Retrieval Ease)	Leicht abzurufende Stimuli werden schwer abzurufenden Stimuli bevorzugt.
Reber, Winkelman & Schwarz (1998)		Visuelle Leichtigkeit	Stimuli mit hohem kontrastivem Hintergrund werden Stimuli mit wenig kontrastivem Hintergrund bevorzugt.
Iyengar & Lepper (2000)		Entscheidungskonflikt	Leicht zu entscheidende Items werden schwer zu entscheidenden Items vorgezogen.
Tversky & Kahneman (1973)	Frequency familiarity	Abruf-leichtigkeit	Kategorien mit Exemplaren, die schwer abzurufen sind, scheinen weniger ausgefüllt.
Reber & Zupanek (2002)		Visuelle Leichtigkeit	Wörter mit einer leichter lesbaren Schrift scheinen vertrauter als Wörter mit schwer lesbarer Schrift.
Whittlesea & Williams (1998)		Linguistik (word level)	Nicht-Wörter mit regulärer Form (engl. Beispiel „hension“) scheinen vertrauter als Nicht-Wörter mit irregulärer Form (z.B. „stowfus“).
Whittlesea (1993)		Semantisches Priming	Wörter mit semantischem Priming scheinen vertrauter als Wörtern ohne Priming.
Kahneman & Tversky (1982)		Retrospektive Bildlichkeit	Leichter vorzustellende Geschehnisse scheinen wahrscheinlicher zu passieren.
Jacoby & Dallas (1981)		Abruf-Leichtigkeit	Vorher gezeigte Wörter scheinen bei einer zweiten Darbietung länger gezeigt zu werden.
Jacoby, Woloshyn & Kelley (1989); Strack & Neumann (2000)	Fame	Abruf-Leichtigkeit	Vorher gezeigte Gesichter scheinen bekannter als neue Gesichter.

Tabelle 1: Studien zur Verarbeitungsflüssigkeit (nach Alter & Oppenheimer, 2009)

Leicht wahrnehmbare Reize werden also einfacher verarbeitet und führen dazu, dass sie vertrauter erscheinen und anderen, schwerer zu verarbeitenden Reizen

vorgezogen werden. Linguistik ist insoweit spannend, da die meisten populären Lieder nicht nur anhand ihrer Melodie erkannt werden, sondern auch an ihrem Songtext.

Anhand dieser Ergebnisse konnte gezeigt werden, dass Häufigkeit, Familiarität und Bekanntheit einen Effekt auf die Urteilsbildung von Stimuli haben, und zwar in Richtung positiver Beeinflussung von leicht abzurufenden, einfach zu verstehenden und prototypischen Informationen. Zwar werden hier noch keine musikalischen Stimuli in Verbindung mit einem komplexen Hintergrund, wie beispielsweise eine Filmszene, untersucht, allerdings sollte dies aufgrund des konsistenten Auftretens des Effekts auch hier möglich sein.

Die vorliegende Arbeit wird versuchen, dieses Konzept anhand von Filmmusik zu untersuchen. Derartige Reize wurden noch nicht mit diesem Modell durchgeführt. Es findet eher Verwendung im Bereich des Marketing und der Konsumforschung, um Urteilsbildung von Konsumenten und Entscheidungsverhalten zu erforschen (vgl. Schwarz, 2004).

Eine spezielle Form der Verarbeitungsflüssigkeit wurde für das ästhetische Vergnügen festgestellt und soll nun kurz erläutert werden, da Filmmusik (siehe Kapitel 3.4) ebenfalls als ästhetisches Mittel zum Vergnügen eingestuft werden kann.

4.3 Verarbeitungsflüssigkeit für ästhetisches Vergnügen

Film und Musik als repräsentative Kategorien für Vergnügen verfehlen nicht ihre Wirkung. Ihnen ist aber auch eine ästhetische Bewertung inhärent, die aufgrund gewisser kognitiver Prozesse in eine positive oder negative Richtung dirigiert werden können. Reber, Schwarz & Winkielman (vgl. 2004) haben daher das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit in Zusammenhang mit ästhetischen Beurteilungen gebracht. Sie kamen zu dem Schluss, dass auch hier die Verarbeitungsflüssigkeit zu einer positiveren Bewertung führt:

“The more fluently perceivers can process an object, the more positive their aesthetic response” (Reber, Schwarz & Winkielman, 2004, S.364).

Ein Kunstwerk wird demnach als umso schöner empfunden, je leichter es verarbeitet wird. Dieses Modell basiert auf vier allgemeinen Annahmen (vgl. ibidem), die der vorhergehenden Hypothese zugrunde liegen. (1) Objekte unterscheiden sich in der Flüssigkeit, mit der sie verarbeitet werden. Die unterschiedlichen Variablen, die Flüssigkeit begünstigen werden nachfolgend genauer beschrieben. Die Verarbeitungsflüssigkeit selbst ist hedonisch gekennzeichnet (2). Dies bedeutet, dass sie eine affektive Qualität inne hat und Verarbeitungsleichtigkeit daher mit einem subjektiven positiven Gefühl einhergeht. (3) Verarbeitungsflüssigkeit führt zu ästhetischer Bewunderung, weil Menschen Bewertungen aufgrund ihrer subjektiven Erfahrung treffen. Als Ausnahme gilt der Fall, dass der informationelle Wert dieser Erfahrung in Frage gestellt wird. Die Auswirkungen der Verarbeitungsflüssigkeit (4) werden von Erwartungen und Attributionen beeinflusst. Verarbeitungsflüssigkeit hat einen besonders starken Effekt, wenn ihre Quelle unbekannt ist und Verarbeitungsleichtigkeit als Überraschung empfunden wird. Dies wird dadurch erklärt, dass unerwartete Verarbeitungsflüssigkeit die Aufmerksamkeit weckt und zu einer bewussten Erfahrung wird.

In ihrer theoretischen Studie teilen die Autoren ihre zu manipulierenden Stimuli in zwei Kategorien ein: Stimuli mit objektiven Eigenschaften, wie Menge an Informationen, Symmetrie sowie Kontrast und Klarität; und Stimuli, mit denen der Wahrnehmer schon eine „Vorgeschichte“ hat, wie die wiederholte Darbietung, impliziertes Lernen und Prototypen. Für jede der beiden Kategorien fanden die Autoren Argumente und kamen zu dem Schluss, dass ein Stimulus eher zu einer positiveren Bewertung führt, wenn er leichter verarbeitet wurde. Die wichtigsten Ergebnisse je nach Eigenschaft des Stimulus befinden sich in Tabelle 2.

STIMULUS	VERARBEITUNGSFLÜSSIGKEIT
Informationsmenge	Reize mit weniger Information werden leichter

	verarbeitet und als positiver empfunden als Reize mit mehr Information.
Symmetrie	Symmetrische Muster werden bevorzugt, weil sie Verarbeitungsflüssigkeit fördern.
Kontrast und Klarität	Reize mit hohem Kontrast werden als schöner bewertet.
Wiederholte Darbietung	Wiederholte Darbietung führt zu einer positiveren Bewertung.
Impliziertes Lernen	Positive Bewertung wird mit Verarbeitungsflüssigkeit assoziiert: „reguläre“/ „grammatikalische“ Stimuli werden gegenüber „irregulären“/„nicht grammatikalischen“ Stimuli bevorzugt, aber auch leichter verarbeitet.
Prototypen	Prototypische (durchschnittliche) Formen werden gegenüber nicht-prototypischen Formen bevorzugt.

Tabelle 2: Verarbeitungsflüssigkeit (vgl. Reber, Schwarz & Winkelman, 2004)

Von größter Bedeutung für die mögliche Klärung der Fragestellung dieser Arbeit sind die Reize, die wiederholt dargeboten (engl. „repeated exposure“) werden. Zuvor schon rezipierte Stimuli unterscheiden sich von neuartigen Stimuli in mindestens drei Verarbeitungsflüssigkeits-Parametern (vgl. Reber, Schwarz & Winkelman, 2004):

- Bekannte Stimuli werden schneller verarbeitet als neuartige
- Bekannte Stimuli benötigen weniger Aufmerksamkeitsorientierung als neuartige
- Bekannte Stimuli erfordern eine organisiere Verarbeitungs-dynamik als neuartige

Die wiederholte Darbietung eines Reizes wurde allerdings nicht nur beim Modell der Verarbeitungsflüssigkeit festgestellt. Ein anderes Phänomen, das damit in enger

Verbindung steht, ist der Mere-Exposure-Effekt, der die meiste Verwendung im Marketing und in der Werbepsychologie findet.

Als Mere-Exposure-Effekt (zu Deutsch „Effekt des bloßen Kontakts“) wird die positive Bewertung eines Stimulus beobachtet, wenn die Person diesem Stimulus öfter ausgesetzt ist (vgl. Zajonc, 2001, S.224):

“an individual is repeatedly exposed to a particular stimulus object, and the researcher records the individual’s emerging preference for that object”.

Die Häufigkeit einer Darbietung eines Reizes hat eine Bevorzugung dieses Reizes zur Folge. Es handelt sich hierbei um ein robustes Phänomen, das kulturübergreifend und anhand verschiedener Stimulus-Arten (Gesichter, Wörter, Melodien) nachgewiesen werden konnte (vgl. Bornstein, 1989; Zajonc, 2001; Reber, Schwarz & Winkielman, 2004).

Der Mere-Exposure-Effekt wird durch die Verarbeitungsflüssigkeit erklärt, was letzterem Vorrang für Aufklärung möglicher Präferenzen in der Bewertung von Reizen zuspricht. Der Mere-Exposure-Effekt beschreibt lediglich das Phänomen, dass eine wiederholte Darbietung zu positiver Bewertung führt, das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit hingegen erklärt dieses Phänomen und bildet somit die Grundlage für Zajonc’s Beobachtungen. Dies wurde von verschiedenen Forschern bestätigt (vgl. Bornstein & D’Agostino, 1994; Jacoby, Kelley & Dywan, 1989; Seamon, Brody & Krauff, 1983; Whittlesea & Price, 2001).

Auch Reber, Winkielman & Schwarz (vgl. 1998) nennen das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit als Beleg für den Mere-Exposure-Effekt. Wiederholte Begegnung mit einem Stimulus erhöht das subjektive Empfinden der Wahrnehmungsflüssigkeit. Dies führt zu einer Fehlzuschreibung des Stimulus, in dem Sinne, dass er gegenüber neuen, noch nie wahrgenommenen Stimuli vorgezogen wird. Processing-Fluency wurde allerdings auch mit anderen Manipulationen (siehe Tabelle 1) als die Wiederholung des Reizes erfolgreich bewiesen, was dafür spricht, dass Processing-Fluency als mögliche Erklärung für den Mere-Exposure gilt, und nicht umgekehrt.

Aus diesem Grund soll für die nachfolgende empirische Studie das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit als Grundlage dienen, um mögliche Effekte von Musik, Bekanntheit und Bewertung des Zuschauers im Kontext des Filmes zu untersuchen.

5. EMPIRISCHE STUDIE: EINE EXPERIMENTELLE UNTERSUCHUNG DER WIRKUNG VON BEKANNTER POPULÄRER MUSIK AUF DIE BEWERTUNG EINES FILMS

“whatever music is applied to film segment will do something, will have an effect – just as whatever two words one puts together will produce a meaning different from that of each word separately because the reader/spectator automatically imposes meaning on such combinations” (Gorbman, 1987, S.15)

Der theoretische Hintergrund fundiert die Erkenntnis, dass es bereits Studien zur Wirkung von Musik, der Wahrnehmung von Film und dem Wandel von Filmmusik zum kommerziellen Mittel gibt. Was es allerdings noch nicht gibt, ist der Zusammenschluss aller dieser drei Aspekte und die Untersuchung ihrer Wechselwirkung anhand der Beurteilung des Zuschauers selbst. Deshalb ist es an der Zeit, dies in die Tat umzusetzen und anhand einer empirischen Studie genauer zu erforschen. Der folgende Abschnitt der Arbeit wird sich mit der Anwendung der bereits beschriebenen Theorien und Modelle befassen.

Die Schritte der Wissenschaftlichkeit werden laut der experimentellen Psychologie (vgl. Reiß & Sarris, 2002) befolgt, und beinhalten folgende Reihenfolge:

- (1) Forschungsgegenstand und Forschungsfragen
- (2) Hypothesenbildung und Operationalisierung
- (3) Methode und Versuchsdesign
- (4) Auswahl des Untersuchungsmaterials
- (5) Datenerhebung und Untersuchungsablauf
- (6) Datenanalyse und Ergebnisse
- (7) Auswertung und Diskussion

5.1 Forschungsgegenstand und Forschungsfragen

Musik wird immer populärer – sowohl in der Musikbranche, als auch in anliegenden Bereichen, wie der Filmindustrie. Da erscheint es als naheliegend, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen und aktuelle Forschungsergebnisse zu begutachten sowie neue, noch ungeklärte Fragen zu finden, mit dem Ziel diese empirisch zu beantworten.

Das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit besteht daher darin, eine neuartige Sichtweise auf die heutige Filmmusik zu entwickeln und ihre Wirkung auf den Zuschauer anhand eines Aspektes zu erforschen. Aufgrund des kommerziellen Wandels der Phonoindustrie war dieser Aspekt klar ersichtlich: die Bekanntheit, beziehungsweise die Popularität von Musik ist der entscheidende Faktor, der einen Unterschied für weitere wissenschaftliche Erkenntnisse machen könnte. Hier liegt zugleich auch die Forschungslücke, die zwar von vielen Autoren gestreift wird, allerdings noch nicht empirisch untersucht wurde. Ziel dieser Arbeit ist es also, genau diesen anwendungsbezogenen Leerraum zu füllen.

Studien zur Wirkung von Musik gibt es zahlreiche. Experimentelle Untersuchungen zur Wirkung von Musik im Film gibt es allerdings weniger. Und was es noch weniger gibt sind Studien, die den Bekanntheitsgrad der Musik als Prämisse verwenden, um die Wirkung von Musik auf den Filmzuschauer zu messen. Dennoch wird der Begriff „Bekanntheit“ in einigen Untersuchungen zur Musikwirkungsforschung genannt. Zwei grundlegende Studien sollen hier näher beschrieben werden: Eine wurde im Rahmen des Verarbeitungsflüssigkeits-Modells selbst unternommen, die andere untersuchte speziell, ob Bekanntheit der Musik einen Einfluss auf die Interpretation der Filminhalte hatte.

Kepplinger (vgl. 2010) untersuchte den Einfluss von Musik auf die Interpretation von Filmhandlung. Seine Hypothesen richteten sich aber danach, Ergebnisse zu erzielen, unabhängig von der Bekanntheit der Musik im Film. Er kam zu dem Schluss, dass Bekanntheit der Musik zwar keine große Rolle spielte, in gewissen Filmgenres aber zu kleinen Unterschieden in der Interpretation des Hauptakteurs führen kann. Unbekannte Filmmusiken besaßen insgesamt einen stärkeren Einfluss auf die Zuschauer als bekannte Filmmusiken. Ob dies an der Bekanntheit selbst lag, oder an der Tatsache, dass die verwendete Musik untypisch für das Genre war, konnte nicht

festgestellt werden. Er stellte außerdem noch fest, dass Filmmusiken einen Einfluss auf die Wahrnehmung des Hauptakteurs und auf die Interpretation der Filmhandlung ausüben.

Diese Wirkung von Musik im Film auf die Wahrnehmung von Zuschauern wurde schon in bedeutenden Studien bestätigt (z.B. Holicki & Brosius, 1988; Vitouch, 1999; Kepplinger, 2010). Nach einer Einführung in die Filmmusik, den Begrifflichkeiten der Popularität und der Wahrnehmung eines Zuschauers, lassen sich die wichtigsten Begriffe der hier untersuchten Literatur in „populäre Musik“, „Bekanntheit“ und „Film“ eingrenzen. Geht man nun davon aus, dass populäre Musik bekannt oder nicht bekannt sein kann, lässt sich folgende grundlegende Forschungsfrage einleiten:

*Wie werden bekannte Lieder gegenüber unbekannten Liedern
in einer Filmszene bewertet?*

Diese Frage soll vor allem klären, ob Bekanntheit überhaupt einen Unterschied macht und, wenn ja, inwieweit dieser gehen kann. Dabei ist auch der Unterschied zwischen populärer und klassischer Filmmusik ein interessanter und zu beachtender Aspekt.

Schwarz et al. (vgl. 1991) haben gezeigt, dass die Leichtigkeit, mit der ein Reiz verarbeitet wird, die Bewertung dieses Reizes beeinflusst. Die wiederholte Darbietung eines Reizes führt zu einer schnelleren Verarbeitung und zu einer höheren Verarbeitungsflüssigkeit, was zu einer positiven Beurteilung des Stimulus führt. Umgesetzt auf unsere Thematik bezieht sich die Wiederholung des Stimulus auf die Bekanntheit, beziehungsweise Vertrautheit eines Liedes im Kontext eines Filmes. Daher würde sich nun weitere folgende Forschungsfrage stellen:

*Welchen Einfluss hat die Bekanntheit populärer Filmmusik
auf die Bewertung einer Filmszene?*

Die Verwendung von Compilation Scores, also schon existierende Songs, im Film ist kein neues Phänomen mehr (siehe Kapitel 3). Dies stellt also die musikalische Quelle für einen Film dar. Allerdings bleibt sie aufgrund der kommerziellen Rolle nicht nur eine Quelle, sondern wird zur Weitervermarktung auch als Soundtrack CD im Geschäft oder auf Online-Verkaufsseiten zur Verfügung gestellt. Der Einfluss der Musik hört nicht mit dem Ende des Filmes auf. Es gilt daher zu erforschen, inwiefern ein

Zuschauer Neugier, Sympathie und Begeisterung oder gänzliche Abneigung zur Filmmusik außerhalb des Filmes zeigt. Dadurch ergeben sich folgende explorative Forschungsfragen: Inwieweit geht das Interesse für die Filmmusik über den Film hinaus? Wie schaut das Kaufverhalten von Filmsoundtracks aus? Wie fällt Musik überhaupt im Film auf und wann bleibt sie unerkannt? Dies sind Fragen, die aufgrund fehlender Vorgängerstudien vorerst keine Hypothesen erlauben und nur qualitativ erforscht werden können. Dennoch sind sie Teil des hier recherchierten kommerziellen Wandels von Filmmusik und sollen daher ebenfalls untersucht werden.

Damit werden drei Bedingungen an die Ausführung dieser Studie gestellt, die untersucht werden müssen: Populäre Musik, Bekanntheit der Songs und über den Film hinaus gehendes Interesse an Musik. Die genauere Operationalisierung wird im nachfolgenden Abschnitt sowie in der Beschreibung des Untersuchungsdesigns (siehe Kapitel 5.3) stattfinden.

5.2 Hypothesenbildung und Operationalisierung

In einem nächsten Stadium soll die Hypothesenbildung stattfinden. Nach der Klärung der Forschungsfrage und der Evidenz des bereits bestehenden Forschungsmaterials, lassen sich gewisse Vorhersagen treffen.

Grundlage dieser Vorhersagen ist vor allem das in Kapitel 4. beschriebene Modell der Verarbeitungsflüssigkeit von Schwarz (vgl. 1991) sowie die speziellere Anwendung dieses Modells auf ästhetische Bewertungen von Kunstwerken (vgl. Reber, Schwarz & Winkielman, 2004). Laut diesen Modellen gilt folgende Hauptaussage: Je flüssiger die Verarbeitung eines Reizes verläuft, umso positiver wird seine Bewertung. Wendet man dieses Ergebnis auf die Filmmusik-Zuschauer-Zusammenkunft an, entsteht folgendes Grundkonzept, an welches die Forschungsfragen und Hypothesen verknüpft sind:

Stimulus → Prozess → Beurteilung

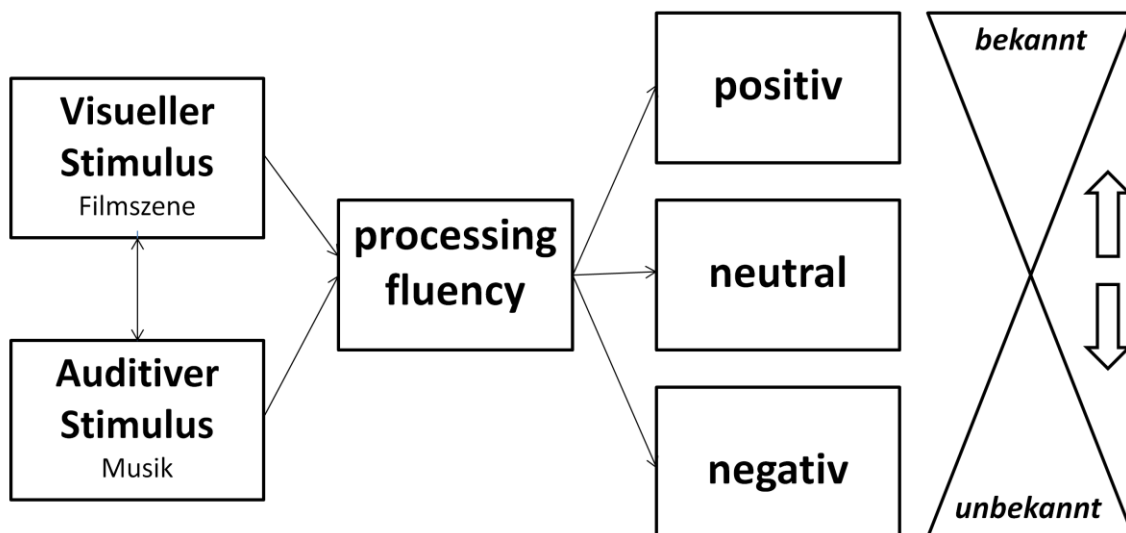


Abbildung 10: Filmwahrnehmung laut dem Modell der Verarbeitungsflüssigkeit

Mit der ersten Forschungsfrage werden die Grundbausteine der Untersuchung gelegt, nämlich die Erwartung, dass sich Lieder aufgrund ihrer Bekanntheit unterscheiden lassen. Die Frage lautete also wie folgt:

Wie werden bekannte Lieder gegenüber unbekannten Liedern im Film bewertet?

Laut des Modells der Verarbeitungsflüssigkeit unterscheiden sich zuvor schon rezipierte gegenüber neuartigen Stimuli in mindestens drei Verarbeitungsflüssigkeits-Parametern (vgl. Reber, Schwarz & Winkielmann, 2004): Bekannte Stimuli benötigen weniger Aufmerksamkeit und eine organisiereere Verarbeitungsdynamik als neuartige Stimuli. Sie werden dadurch schneller verarbeitet als neue Reize und dies führt dazu, dass sie vertrauter erscheinen und anderen, schwerer zu verarbeitenden Reizen vorgezogen werden. Dies wiederum resultiert in einer positiveren Bewertung

bekannter Stimuli gegenüber unbekannten Stimuli. Setzt man diese Erkenntnis nun in die Begrifflichkeiten der Filmmusik um, lässt sich folgende Hypothese formulieren:

H1: *Bekannte Lieder werden eher positiv bewertet als unbekannte Lieder.*

Die entsprechende Alternativhypothese lautet wie folgt:

H0: *Bekannte Lieder werden gleich positiv bewertet wie unbekannte Lieder.*

Weiterhin postuliert das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit, dass die Positivität der Bewertung steigt, je leichter der Reiz verarbeitet wird (vgl. Reber, Schwarz & Winkielman, 2004, S.364). Dies würde darauf hinweisen, dass der Grad der Leichtigkeit, mit der ein Reiz erkannt wird, auch die Bewertung beeinflusst. Wenn man annimmt, dass die Leichtigkeit der Verarbeitung mit größerer Bekanntheit steigt, so kann folgende Hypothese erfasst werden:

H2: *Je bekannter das Lied ist, umso positiver wird es bewertet.*

Alternativ dazu lautet die wissenschaftliche Nullhypothese:

H0: *Es besteht kein Zusammenhang zwischen Bekanntheitsgrad des Liedes und positiver Bewertung des Liedes.*

Musik und Filmszene werden aber nicht separat voneinander wahrgenommen. Mechanismen, wie der Top-Down Prozess, sorgen dafür, dass beides rezipiert und in das Bündel an bereits bestehenden Erfahrungen katalogisiert wird, um danach einer Bewertung unterzogen zu werden. Die Aufmerksamkeit ist in diesem Fall nur ein Regulator, der bestimmt in welcher Proportion beides bewusst wahrgenommen wird. Die Bewertungen der Filmmusik an sich lassen sich daher auf die Bewertungen der Filmszene übertragen. Und damit wäre die zweite Forschungsfrage eingeleitet, die aus dem aktuellen Forschungsgegenstand folgendermaßen aufgestellt wurde:

*Welchen Einfluss hat die Bekanntheit populärer Filmmusik
auf die Bewertung einer Filmszene?*

Die Bekanntheit der populären Musik im Film bleibt nach wie vor die unabhängige Variable, aber diesmal tritt die Bewertung der Filmsequenz als zu messende unabhängige Variable auf. Gilt weiterhin das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit, lässt sich folgende Hypothese formulieren:

H3: *Bekannte Lieder führen zu einer positiveren Bewertung der Filmszene als unbekannte Lieder.*

Dementsprechend lautet die Alternativhypothese:

H0: Bekannte Lieder und unbekannte Lieder führen zur gleichen Bewertung der Filmszene.

Analog zur Hypothesenaufstellung der ersten Forschungsfrage, soll auch hier der unterschiedliche Grad an Bekanntheit und dessen Einfluss auf die Bewertung der gesamten Filmszene untersucht werden.

H4: *Je bekannter das Lied ist, umso positiver wird die Filmszene bewertet.*

Wiederum lässt sich die wissenschaftliche Nullhypothese wie folgt aufstellen:

H0: Es besteht kein Zusammenhang zwischen Bekanntheitsgrad des Liedes und positiver Bewertung der Filmszene.

Nach dem wichtigen Schritt der Festlegung der zu überprüfenden Aussagen dieser Studie, gilt es nun, die Variablen der Hypothesen zu operationalisieren, also messbar zu machen.

Zum einen sollen bekannte Lieder im Unterschied zu unbekannten Liedern gemessen werden. Unter der Bekanntheit von Liedern wird hier die Anzahl an Darbietungen verstanden: Ein Lied ist unbekannt, wenn es noch nicht zuvor gehört wurde. Gemäß der Studien, die von Reber, Schwarz & Winkielman (vgl. 2004) untersucht wurden, sowie den Ergebnisse des Mere-Exposure-Effekts, steigt die positive Bewertung mit der Anzahl der Darbietungen. Für die vorliegende Studie soll von einer Mindestanzahl an Darbietungen ausgegangen werden, die schließlich nach oben hin frei bleibt. Daher lautet die Definition für diese Studie also: Unter einem bekannten Lied versteht man eine musikalische Darbietung, der man mindestens schon ein Mal vorher ausgesetzt wurde.

Zum anderen wird der Einfluss der Bekanntheit auf die Bewertung der Filmszene untersucht. Dies ist eher eine Frage, ob sich das Verarbeitungsmodell auch auf andere, zusammenhängende Kontexte übertragen lässt, schließlich wird die Musik hier nur als Teil des Reizes dargestellt. Die Testung muss also so aufgebaut werden, dass sowohl die gesamte Filmszene, als auch nur Anfang oder Ende bewertet werden können. Somit

kann genauer untersucht werden, ob sich das Verarbeitungsflüssigkeitsmodell auf bestimmte Filmsequenzen oder den gesamten Filmkontext übertragen lässt.

5.3 Methode und Versuchsdesign

Das Erkenntnisinteresse dieser Studie lautet also wie folgt: Es gilt, die Bewertung von einer Filmszene zu erfassen, unter der Bedingung, dass die darin enthaltene populäre Filmmusik an ihrem Bekanntheitsgrad variiert. Wenn wir uns diese Problemstellung genauer anschauen, stellen wir fest, dass sie aus drei Hauptbegriffen besteht: „Bekanntheit populärer Filmmusik“ und „Bewertung einer Filmszene“. Wir sprechen also hier von der unabhängigen Variable „Bekanntheit der Filmmusik“ und der abhängigen Variable „Bewertung der Filmszene“. Da es sich hierbei um konkrete Variablen handelt, die verschieden variiert werden können, ist es naheliegend das Experiment als empirische Forschungsmethode zu wählen. Somit kann einer konstanten Filmszene verschiedenartige Filmmusik beigesetzt werden, um somit ihre Wirkung und Bewertung durch den Zuschauer, beziehungsweise Zuhörer, zu überprüfen.

Unter dem Experiment verstehen wir nämlich

„eine wiederholbare Beobachtung unter kontrollierten Bedingungen; dabei werden eine bzw. mehrere unabhängige Variablen so manipuliert, daß eine Überprüfungsmöglichkeit der zugrundeliegenden Hypothese, d.h. der Behauptung eines Kausalzusammenhanges, in unterschiedlichen Situationen gegeben ist“ (Zimmermann, zit. nach Atteslander, 2003, S.198).

Diese Methode lässt es also zu, unter kontrollierten Bedingungen Zusammenhänge zwischen Variablen so zu erforschen, dass ein möglicher Unterschied in der abhängigen Variable auf die unabhängige Variable zurückgeführt werden kann.

Nach der Festlegung der Methode, muss ein experimenteller Versuchsplan aufgestellt werden. Die Wahl fiel hier auf einen Versuchsplan mit Randomisierung. Darunter

versteht man ein Between-Subject-Design, bei der eine Gesamtgruppe den einzelnen experimentellen Bedingungen zufällig zugeordnet wird (vgl. Reiß & Sarris, 2012, S.83). Between-Subject bedeutet, verglichen zu Within-Subject, dass es zwei oder mehrere Gruppen gibt, die jeweils einer verschiedenen experimentellen Bedingung gleichzeitig unterzogen werden. Ein Within-Subject-Design setzt demnach voraus, dass nur eine Gruppe sämtlichen experimentellen Bedingungen unterzogen wird, meist mehrmals zu verschiedenen Zeitpunkten (vgl. ibidem). Der Schwerpunkt liegt jedoch hier auf die Zufälligkeit der Zuordnung zu den Gruppen, im wissenschaftlichen Bereich auch als Randomisierung bekannt, denn allen Versuchsgruppen werden weitestgehend die gleichen Ausgangsbedingungen gewährleistet.

Die zu manipulierende unabhängige Variable ist in diesem Fall die Bekanntheit der Filmmusik in einer konstant gehaltenen Filmszene. Daher wird hier der Mehrstichprobenversuchsplan (vgl. Reiß & Sarris, 2012), also ein Faktor (Bekanntheit) mit drei Stufen, angewendet, um alle möglichen Variationen der Variable „Bekanntheit“ zu untersuchen. Es sollen somit schließlich 3 verschiedene Gruppen herangezogen werden: eine Bekanntheitsgruppe (die Filmmusik aus der Filmszene ist bekannt), eine Unbekanntheitsgruppe (die Filmmusik aus der Filmszene ist nicht bekannt) und schließlich eine Kontrollgruppe (Filmszene ohne Filmmusik).

Das Design der Studie lässt sich demnach wie folgt zusammenfassen:

Filmversionen			
	Musik bekannt	Musik unbekannt	Ohne Musik
Mindestanzahl VPN	20	20	20

Tabelle 3: Forschungsdesign der Studie

Bekanntheit wirkt hier als Variable, die Verarbeitungsflüssigkeit fördern soll. Wie wir in vorhergehenden Studien gesehen haben, lässt sich die Verarbeitungsflüssigkeit auf verschiedene Arten begünstigen, wie beispielsweise durch die Menge an Informationen, Symmetrie sowie Kontrast und Klarität, oder durch die wiederholte Darbietung, impliziertes Lernen und Prototypen. Um Bekanntheit variieren zu können, kommt nur eine dieser Eigenschaften für die Anwendung in dieser Studie in Frage: die wiederholte Darbietung eines Reizes, also der Filmmusik. Den Versuchspersonen der

Bekanntheitsgruppe wird also noch vor der Durchführung des Experiments das in der Filmsequenz vorkommende Lied vorgespielt. Mit den Personen der Unbekanntheitsgruppe wird lediglich der Versuch, ohne vorherige Musikdarbietung, durchgeführt. Um die Bewertungen von Filmmusik und Filmsequenz statistisch kontrollieren zu können, wird auch eine Kontrollgruppe hinzugezogen, die zwar das gleiche Material zu sehen und hören bekommt, allerdings nicht zusammen, sondern getrennt voneinander.

Durch die Wahl dieses experimentellen Versuchsplans, der Randomisierung und des Designs durch Mehrstichproben wird gewährleistet, dass Merkmale der Versuchsteilnehmer, die als Störvariablen wirken könnten, möglichst unter Kontrolle gehalten werden und ein Effekt in der abhängigen Variable mit hoher Wahrscheinlichkeit auf die unabhängige Variable zurück zu führen ist. Wie diese Variation der unabhängigen Variable genau ausschauen soll, wird mit der Festlegung des Untersuchungsmaterials geklärt.

5.4 Auswahl des Untersuchungsmaterials

Das Untersuchungsmaterial ist die Instrumentalisierung des Versuchsdesigns. Die Qualität dieser bestimmt also das Ergebnis der Studie. In diesem Fall besteht das Material aus zwei Teilen: dem Bildmaterial, also der Filmsequenz, und der Filmmusik, die gemäß der hier erarbeiteten theoretischen Grundlage ausgesucht werden muss. Welcher Film mit welcher Musik gekoppelt wurde, um als Untersuchungsmaterial in dieser Studie zu dienen, soll nun hier angeführt und begründet werden.

5.4.1 *Verwendetes Bildmaterial*

Um bei dem Beispiel der skandinavischen Filmindustrie zu bleiben (siehe Kapitel 3.7), bot es sich an, einen Film zu wählen, der vor längerer Zeit erschienen ist und aus einem nordischen Land stammt. Dies hat zwei Gründe: einerseits ist somit die

Wahrscheinlichkeit größer, dass der Film für die Studienteilnehmer noch unbekannt ist, andererseits wird damit vom typischen Hollywood-Filmtyp abgewichen. Da nur ein Filmausschnitt gezeigt werden soll, ist das Genre des Filmes irrelevant, solange der Ausschnitt gewisse Bedingungen erfüllt.

Die Wahl fiel auf den Film *Reconstruction* (R.: Christoffer Boe), der 2003 erschien und in Dänemark produziert wurde. Dieser Film ist während der Literaturrecherche aufgefallen und erfüllt zumindest die Bedingung, in Österreich, wo die Studie durchgeführt wird, nicht allzu bekannt zu sein. Ein zu berühmter Film, wie beispielsweise einer des Regisseurs Lars von Trier, wäre zu markant und könnte die Untersuchung beeinflussen. Dies soll allerdings nicht heißen, dass es unmöglich ist, den Film zu kennen. Der Zufall kann selbstverständlich seine Hand im Spiel haben und Versuchsteilnehmer mit sich bringen, die den Film schon kennen, doch ist dieser Störfaktor im Versuchsdesign mit einberechnet, da er sich randomisiert (siehe Kapitel 5.3) auf die Bedingungen verteilen lässt. Und zufälligerweise wurde Boe von einem seiner Regisseur-Kollegen schon mit Lars von Trier verglichen:

“When Christoffer made *Reconstruction* (2003) everybody wanted him to be the new Trier. But when the next films we made weren’t selected for the main competition in Cannes, we were all of a sudden ruled out of the game” (Morgenthaler, 2010, S.178).

Die genauen Filmdaten werden hier zusammenfassend angeführt (vgl. Internet Movie Database):

Originaltitel:	Reconstruction
Produktionsland:	Dänemark
Originalsprache:	Dänisch, Schwedisch
Erscheinungsjahr:	2003
Regie:	Christoffer Boe
Drehbuch:	Christoffer Boe, Mogens Rukov
Produktion:	Tine Grew Pfeiffer
Musik:	Thomas Knak
Kamera:	Manuel Alberto Claro
Schnitt:	Peter Brandt, Mikkel E. G. Nielsen

Hauptdarsteller: Klaus Mulbjerg als der Künstler
Nikolaj Lie Kaas als Alex David
Maria Bonnevie als Simone/Aimee

Der Film erhielt einige Auszeichnungen: Er gewann die „Camera d’Or bei“ den Cannes Filmfestspielen in 2003 und die „Golden Plaque“ für Manuel Alberto Claro’s Kamera-Arbeit im Breitbildformat (vgl. Bear, 2004). Die wichtigsten dänischen Auszeichnungen erlangte er beim dänischen Filmpreis Bodil als „Bester Dänischer Film“ und für die „Beste Hauptdarstellerin“, sowie beim dänischen Filmpreis Robert für den „Besten Schnitt“ und den „Besten Sound“ (vgl. Concorde Filmverleih, 2011).

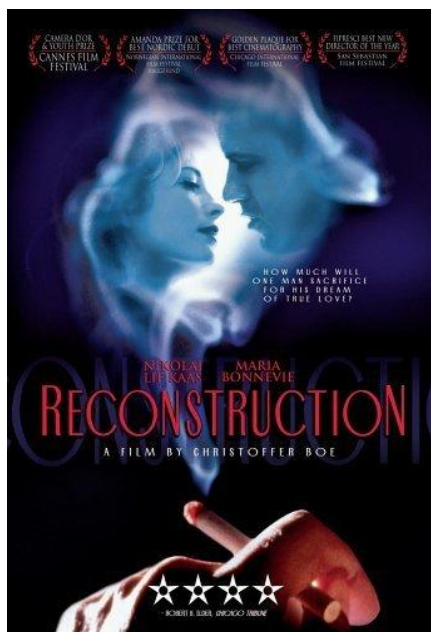


Abbildung 11: Poster des Films „Reconstruction“ (2003, R.: Christoffer Boe, vgl. IMDb)

In einer Länge von 84 Minuten wird die Geschichte einer dramatischen Liebe erzählt. Alex möchte seine Freundin Simone verlassen, um mit einer anderen Frau, Aimee, zusammen zu sein. Nach einer Nacht mit Aimee möchte er zurück zu seiner Freundin, aber die Welt scheint sich verändert zu haben: Weder seine Freundin Simone, noch sein eigener Vater oder die Nachbarin können sich an ihn erinnern. Also kehrt Alex zurück zu Aimee und sie entschließen sich dazu, zusammen nach Rom zu fliegen. Da

Aimee selbst noch verheiratet ist, kehren beide zurück zu ihren Partnern, um sich von ihnen zu verabschieden. Erneut trifft Alex seine Freundin Simone, die ihn zwar nicht erkennt und sich mit ihm wie bei einer ersten Begegnung unterhält. Er verabschiedet sich von Simone, kommt aber zu spät zum verabredeten Treffpunkt mit Aimee. Das Ende nimmt eine abstrakte Wandlung: Was Alex bevorsteht ist eine Zukunft mit Aimee, doch die kann er nur unter einer Bedingung wahrnehmen: Er darf nicht an der Beziehung mit ihr zweifeln. Doch er zweifelt. Aimee verschwindet aus seinem Leben und bei einem erneuten Treffen hat sie ebenfalls keine Erinnerung mehr an ihn.

Christoffer Boe selbst beschreibt die Logik des Films wie folgt:

“They're all about a young male being obsessed by a beautiful woman and then being trapped in his own logic of what love is.” (Bear, 2004).

Das Interessante an der Liebesgeschichte ist die Besetzung der Schauspieler: Simone, die Freundin, und Aimee, die Geliebte, werden von der gleichen Schauspielerin gespielt. Der Film wird zudem von einer Erzählerstimme begleitet, die betont, dass der Film nur „Rekonstruktion“ ist.

Nach der Wahl des Filmes, musste eine Filmszene¹ ausgewählt werden, die gewissen Voraussetzungen zu erfüllen hatte:

- möglichst neutral sein
- verständlich sein

Als möglichst neutral wird hier eine Szene verstanden, die nicht allzu emotional wirkt, nicht nur aus Handlung besteht, Personen aufweist und nicht zu abstrakt scheint. Alles, was den Zuschauer zu sehr ablenken könnte, würde eventuell die Forschungsergebnisse verzerren.

Zur Verständlichkeit der Filmsequenz gehört vor allem ihr alleinstehender Charakter. Dies bedeutet, sie darf nicht aus einem Kontext heraus gerissen sein, der sie unverständlich machen könnte und beim Zuschauer für Verwirrung sorgt. Ebenfalls

¹ Als Filmszene soll hier der gesamte Ausschnitt verstanden werden, der für die Untersuchung verwendet wird. Die Filmszene selbst besteht aus mehreren Filmsequenzen. Eine Filmsequenz grenzt sich von anderen Filmsequenzen durch Ein- und Ausblenden, musikalische Markierung oder sonstige auffällige Einstellungsänderungen ab.

hierzu gehört das sprachliche Verständnis: da der Film im Original auf Dänisch und Schwedisch gedreht wurde, muss die auf Deutsche synchronisierte Fassung als Untersuchungsmaterial dienen.

Als äußerst passend und diesen Voraussetzungen genügend erwies sich die Anfangsszene des Films *Reconstruction*. Es treten nicht mehr als drei Darsteller im Vordergrund auf. Es gibt wenig Handlung, und die, die es gibt, wickelt sich gewöhnlichen Orten ab, wie auf einer Straße und in einer Bar. Die einzige Stimme, die man hören kann, ist jene des Erzählers.



Abbildung 12: Ausschnitte aus der Filmszene

Da die Filmszene den Anfang des Filmes darstellt, wird sie aus keinem Kontext gerissen. Lediglich der Punkt, an dem die Szene enden soll, muss abgerundet und nicht allzu offen bleiben. Dies wurde gewährleistet, indem die Filmszene da aufhört, wo der Erzähler zu Ende spricht und die tatsächliche Handlung des Filmes beginnt. Die gesamte Szene besteht aus 3 Filmsequenzen, die in Tabelle 5 genauer beschrieben sind.

Als äußerst passend erwies sich auch, dass anfänglich überhaupt keine Hintergrundmusik vorhanden ist, und erst ab der dritten Filmsequenz ein instrumentales Lied zu hören ist. Somit wird die Manipulation der Szene erleichtert, da nur noch ein populäres Lied anstelle der Stille eingesetzt werden muss.

5.4.2 Verwendete Filmmusik

Nach der Auswahl des Filmmaterials folgte die Suche nach der passenden Filmmusik. Auch hier wurden bestimmte Anforderungen an das Material gestellt. Um dem

wissenschaftlichen Theoriegefüge zu entsprechen, muss auch hier, so wie bei der Auswahl des Bildmaterials, auf einiges geachtet werden:

- sowohl populäre als auch klassische Musik müssen vorhanden sein
- diese muss in Kongruenz zum Bildmaterial stehen

Da sich in der ausgewählten Filmszene schon ein instrumentales Lied befindet, das sich als klassisches, extra für den Film komponiertes Lied bezeichnen lässt, verbleibt nur noch die Suche nach einem populären Song. Laut der Definition für populäre Musik, die in dieser Arbeit zusammengefasst wurde, ist sie im Gegensatz zur klassischen Musik leicht zugängliche, im Pop-Stil verfasste und beliebte Musik. Diese Eigenschaften sollen auch auf zu verwendende Musik zutreffen.

Die Musik sollte kongruent zum Bildmaterial stehen. Das bedeutet nichts anderes als das harmonische Zusammenspiel zwischen Bild und Song. Die Musik muss sozusagen zur Atmosphäre der Szene passen, ein gewisses Maß an Auffälligkeit besitzen und trotzdem nicht störend wirken.

Hier wird auf die im Kapitel 3.1 beschriebenen unterschiedlichen Formen des Film Scorings hingewiesen. Einerseits gibt es den komponierten Track, andererseits werden schon existierende Songs als Compilation Songs verwendet. Wenn wir uns diese beiden Formen genauer anschauen, sind die ersten Unterschiede, die auffallen, wohl auch die stärksten: Im Film lassen sich oft komponierte klassische von schon bestehenden Popsongs dadurch erkennen, dass letztere stimmlich begleitet werden und sofort als solche erkannt werden können, auch ohne musikalisches Vorwissen (vgl. Smith, 1998, S.10). Um dies zu gewährleisten, werden in der nachfolgenden Studie ein populäres, schon bekanntes Lied und ein rein instrumentelles, klassisches Lied als Begleitmusik des Filmausschnittes ausgesucht. Um diesen Unterschied nochmals zu erleichtern, soll das Genre Popmusik vorgezogen werden, da diese, wie wir in der theoretischen Beschreibung des Begriffes gesehen haben, ein sicheres Kennzeichen populärer Musik ist. Weitere Bedingungen an die verwendeten Songs der Studie sollen in einem der folgenden Abschnitte in der Wahl des genauen Untersuchungsmaterials näher begründet werden.

Um im Rahmen des skandinavischen Landes Dänemark zu bleiben, fiel auch hier die Wahl auf eine dänische Sängerin und Komponistin, und zwar Agnes Obel. Sie gilt als

eine renommierte dänische Künstlerin des Pop-Genres, die mittlerweile auch immer mehr Bekanntheit in Europa erlangt. Ihre Konzerte sind meist ausverkauft und das Publikum ist breit gefächert:

„Von heranwachsenden Mädchen bis zum rüstigen Ehepaar in den End-60ern sind alle Altersschichten vertreten. Kein Zweifel, Agnes Obel hat einen Status erreicht, der über den bloßen Geheimtipp hinausgeht.“ (Köhler, 2003).



Abbildung 13: Cover des Albums „Aventine“ von Agnes Obel (vgl. Agnes Obel)

2011 gewann sie ganze fünf Preise bei den Danish Music Awards für ihr Album „Philarmonics“, und zwar in den Kategorien „Neue Dänische Künstlerin des Jahres“, „Weibliche Künstlerin des Jahres“, „Dänischer Song-Writer des Jahres“, Album des Jahres“ sowie „Beste Pop Veröffentlichung des Jahres“ (vgl. Svidt, 2011). Ein Jahr darauf gewann sie den „European Borders Breakers Award 2012“, eine Auszeichnung für Europäische Pop-Talente, für deren Nominierung Künstler einen internationalen Durchbruch mit ihrer Musikveröffentlichung geschafft haben müssen (vgl. European Borders Breakers Awards, 2012). Dies beweist nicht nur, dass sie eine gute Pop-Künstlerin ist, sondern auch dass sie sich internationaler Bekanntheit erfreut, womit die Voraussetzung „Angehörigkeit zur populären Musik“ somit erfüllt wäre.

Zudem sollte das verwendete Filmmaterial zur Stimmung des bildlichen Inhalts passen. Nach mehrmaligem Anhören ihrer gesamten Liedsammlung, wurde das wohl passendste, zum Bildmaterial kongruente Lied von Agnes Obel herausgesucht. Es heißt „Aventine“ und stammt aus ihrem letzten gleichnamigen Album, das 2013 erschienen ist. So wie der Anfang des Filmes gewählt wurde, fiel auch hier die Entscheidung, den Anfang des Liedes zu verwenden. Der Einstieg wirkt erst langsam mit einem Piano-Solo und gewinnt an Stärke mit einem Cello, anderen Streichinstrumenten und ihrer Stimme. Länge und Lautstärke des Liedes konnten erst bei der Bearbeitung der Filmszene festgelegt werden, die im kommenden Kapitel näher beschrieben wird.

Wie aufgrund des Modells der Verarbeitungsflüssigkeit festgestellt wurde, führt Flüssigkeit eher zu einem subjektiven Erlebnis, wenn es unerwartet kommt, dass man den Reiz so einfach verarbeitet hat (vgl. Reber, Schwarz, Winkielman, 2004). Um dies auch in der Studie umzusetzen, wurden die Versuchsteilnehmer unter der Bedingung „Filmmusik bekannt“ gebeten, zusätzlich zu dem im Videomaterial vorkommenden Song noch zwei andere Lieder anzuhören. Damit bleibt die tatsächlich untersuchte Musik etwas „versteckt“ und der Erwartungseffekt wird dadurch gemindert. Die zwei zusätzlichen Lieder wurden ebenfalls von zwei Pop-Künstlerinnen ausgesucht, um im gleichen Musikfeld zu bleiben, und zwar „Plains“ von Wye Oak sowie „Shiver“ von Lucy Rose. Alle drei Lieder sind sich ähnlich, haben aber trotzdem einen eigenen Erkennungswert, was sie als äußerst passend für das Stimulusmaterial der Studie auszeichnet.

5.4.3 Manipulation der Filmszene

Nach der erfolgreichen Auswahl zueinander passender populärer Musik und einem gefundenen Bildmaterial, folgte der Schritt der Zusammenführung dieser beiden Elemente. Dies wurde mit dem Programm Nuendo bewerkstelligt, das meist Sounddesignern dient, Tonspuren im Film zu bearbeiten. Dabei wurden zwei verschiedene Videos für die jeweilige Versuchsgruppe erstellt: ein Mal mit dem

Liedausschnitt aus „Aventine“ am Anfang der Filmszene, ein Mal ohne dem Liedausschnitt in der Filmszene, sondern kurz davor. Da die Variation der Variable „Bekanntheit“ nicht vom Lied selbst, sondern von der Anzahl des Hörens des Liedes abhängt, wird das gleiche Video für die Gruppen „Musik bekannt“ und „Musik unbekannt“ verwendet. Dies sichert zudem auch die Kontrolle der Bedingungen, bei der nur eine Variable verändert wird (siehe Definition des Experimentes). Die Kontrollgruppe dient dazu, eine alleinstehende Bewertung des Liedes und des Filmmaterials zu überprüfen. Daher wird das gleiche Lied vor der Filmszene gezeigt, was auf keinen Zusammenhang zwischen den beiden schließen und trotzdem den Eindruck des gleichen Materials entstehen lässt.

Folgendes Videomaterial wurde also bearbeitet:

Gruppe	Video
Musik bekannt	Video 1: bearbeitete Filmszene mit „Aventine“
Musik unbekannt	Video 1: bearbeitete Filmszene mit „Aventine“
Kontrollgruppe	Video 2: zuerst „Aventine“, danach unbearbeitete Filmszene

Tabelle 4: Versuchsdesign anhand des Videomaterials

In einer Länge von 2 Minuten und 14 Sekunden wurde das Video 1 anhand der Überlappung der Tonspuren von Film und Liedausschnitt zusammengeschnitten. Das populäre Lied verläuft über die ersten beiden Filmsequenzen, das instrumentelle, dem Film inhärente Lied, bedeckt den Hintergrund der dritten Sequenz. Die genaue Aufteilung mit den zusammenhängenden Filmsequenzen (FS) und Inhalten ist in Tabelle 5 ersichtlich.

FS	Zeit	Handlung	Monolog des Erzählers	Musik
1	Sekunde 00:00 bis 00:47	Ein Mann tritt vor die Kamera. Er hat eine rauchende Zigarette im Mund. Er zieht ein Mal an der Zigarette und nimmt sie anschließend in die linke Hand. Er schaut in die Kamera und atmet Rauch aus. Er legt seine rechte Hand mit Abstand über die linke. Die Zigarette fängt an zwischen seinen Händen zu schweben.	„So endet es immer: Ein wenig Magie, ein wenig Rauch. Etwas schwebt in der Luft. Doch es funktioniert nicht ohne die richtigen Zutaten. Ein kleines Lächeln. Ein Mann. Eine schöne Frau. Und die Liebe...“	Agnes Obel „Aventine“
2	Sekunde 00:48 bis 01:17	Die Szene spielt sich auf einer Gasse ab. Zuerst ist sie leer und ein Mann erscheint am Ende der Gasse auf der rechten Seite. Er geht auf dem rechten Gehweg auf die Kamera zu. Dann erscheinen plötzlich mehrere Menschen auf der Gasse, die hin und her gehen. Der Mann geht an ihnen vorbei in Richtung Kamera und verschwindet in der linken Ecke des Bildes.	„Beginnen wir am Anfang. Zuerst, ein Mann. Nein, er ist nicht einsam...in diesem Augenblick. Das ist der erste Schritt: der Mann. Dann kommt das Lächeln, die Frau, die Liebe. Beobachten Sie ihn.“	Agnes Obel „Aventine“
3	Sekunde 01:18 bis 2:14	Es ist dunkel. Der gleiche Mann geht auf der Straße und raucht eine Zigarette. Er bleibt stehen und geht in eine Bar hinein. Dort schaut er sich um und sieht eine Frau am Tresen sitzen. Er setzt sich zu ihr. Sie zündet sich gerade eine Zigarette mit einem Streichholz an und pustet anschließend das Streichholz aus. Die Gesichter der beiden treten abwechselnd ins Bild. Am Ende entfernt sich die Kamera und zeigt die ganze Bar mit mehreren Menschen.	„Beginnen wir damit. Es ist nicht der Anfang. Sehen Sie darüber hinweg. Es ist nicht wichtig, glauben Sie mir. Ein Mann kommt in eine Bar. Er sieht eine schöne Frau. Kennen sich die beiden? Dem Anschein nach, nicht. Und doch, sie wirken als würden sie sich kennen. Wer kennt eigentlich wen? Ist das ein Anfang oder ein Ende? Das wollen wir heraus finden. Anfang oder Ende? Liebe oder Abschied? Ich weiß, ich muss es nicht ausdrücklich erwähnen, aber denken Sie daran: Alles ist Film. Alles ist konstruiert. Und dennoch tut es weh.“	Instrumentale Originalmusik mit Klavier

Tabelle 5: Aufteilung und Inhalt der verwendeten Filmszene

Für Video 2 wird die gleiche Liedlänge verwendet und bei einem neutralen schwarzen Bildschirm vorgeführt, woraufhin die Filmszene lediglich mit dem instrumentellen Lied am Ende in der letzten Filmsequenz folgt. Somit kann eine allgemeine Bewertung des Liedes selbst und der Filmszene erfolgen, die dann mit den Bewertungen der zusammenhängenden Szene verglichen werden kann.

Anhand dieses Materials, der Fragestellung und der Hypothesen ist es nun möglich, das zur Bewertung benötigte Instrument zu erstellen.

5.4.4 Der Fragebogen

Auf Basis der aufgestellten Hypothesen musste eine Methode zur Überprüfung der Wirkung der Filmszene ausgewählt werden. Der Fragebogen erwies sich hierbei als effizientes Mittel, um die ersten Eindrücke der Filmszene einzuholen.

Der Fragebogen wurde in folgende Abschnitte aufgeteilt:

1. Bewertung der Filmszene
2. Bewertung der Filmmusik
3. Bekanntheit der Musik oder des Filmes
4. Musikgewohnheiten
5. Soziodemographische Daten

Die Befragung nach den Eindrücken der Filmszene (1) musste mehrere Aspekte mit einbeziehen: Einerseits muss die gesamte Szene bewertet werden, andererseits sollten auch genaue Filmsequenzen erfragt werden. Da es nur zwei Musikstücke in der gesamten Szene gibt, und zwar am Anfang und am Ende, soll diese Unterteilung auch ebenso im Fragebogen erfolgen.

Die Bewertung der Filmmusik (2) erfolgt auf gleiche Art und Weise. Es soll gefragt werden, wie das Lied am Anfang und jenes am Ende dem Versuchsteilnehmer gefallen. Da Musik allerdings nicht immer auffällt, wie wir in Kapitel, gesehen haben, werden zusätzliche zwei Kontrollfragen hinzugefügt. Diese erfragen, ob die Musik allgemein in der Filmszene aufgefallen sei und was die Anzahl der vorkommenden Lieder wäre.

Da es sich um verschiedene „Bekanntheits-Gruppen“ bei der Variablen-Manipulation des Versuches handelt, spielt die Erfragung der Bekanntheit von Musik (3) eine zentrale Rolle. Auch hier wird zwischen dem populären Lied am Anfang und dem klassischen am Ende unterschieden. Als Kontrollfrage dient zur Wiedererkennung des Liedes in der Gruppe, der das Lied bekannt vorkommen soll, wird zusätzlich erfragt, ob man Musiktitel und/oder Name der Künstlerin nennen kann. Allerdings ist nicht nur die Bekanntheit der Musik wichtig, sondern auch die der Filmszene. Die Bekanntheit der Filminhalte, aus welchen Gründen auch immer, könnte zur Beeinflussung der Bewertung führen und soll daher auch erfasst werden.

Um auch ein allgemeines Bild über die Hörgewohnheiten von Zuschauern zu bekommen, werden Fragen zur Musikgewohnheit (4) erfasst. Diese beziehen sich einerseits auf allgemeine Gewohnheiten, wie Genre-Präferenzen oder Spielen von Musikinstrumenten, andererseits aber auch auf spezifische Filmmusik-Gewohnheiten. Somit kann also erfragt werden, ob man nach Liedern nach einer Filmrezeption explizit sucht, Hintergrundmusik öfter Aufmerksamkeit schenkt oder ein Soundtrack-Album kaufen würde. Neugier ist hier das Stichwort. Ob das Interesse über die im Versuch gezeigte Filmszene hinaus geht, soll ebenfalls abgefragt werden.

Zu einem Fragebogen gehören schließlich auch die soziodemographischen Daten (5). Hierzu werden Informationen, wie Alter, Geschlecht und Beruf in die Befragung integriert.

Für alle Bewertungsfragen wird eine fünfstufige Likert-Skala verwendet. Da es sich um eine quantitative Studie handelt, wurden den meisten Fragen Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Vor dem Fragebogen werden zwei Informationsblätter hinzugefügt: Eines, das auf die Anonymität der Daten sowie auf die Wichtigkeit vollständiger Antworten und der persönlichen Meinung hinweist, und eines, bei dem der Ablauf des Versuches erklärt wird. Die Endfassung des Fragebogens beinhaltet insgesamt 31 Fragen, die so gestaltet wurden, dass trotz des Unterschiedes zwischen Video 1 und Video 2 die gleichen Fragen verwendet werden können. Der Fragebogen ist im Anhang vorzufinden.

5.5 Datenerhebung und Untersuchungsablauf

Die Datenerhebung wurde in einem Zeitraum von einem Monat in Wien durchgeführt. Vor der eigentlichen Testung musste allerdings ein Pretest vorgenommen werden, um das Untersuchungsmaterial und den Fragebogen auf mögliche Fehler oder Unstimmigkeiten zu überprüfen. Anschließend daran konnte die tatsächliche Studie durchgeführt werden.

5.5.1 *Der Pretest*

Unter einem Pretest versteht man die Auseinandersetzung mit dem Instrument (vgl. Möhring & Schlütz, 2010, S.170): Werden die Fragen akzeptiert? Werden sie verstanden? Funktioniert der Fragebogen überhaupt? Demnach wird der Versuch zeitlich vor der eigentlichen Hauptstudie an einer kleinen Gruppe durchgeführt, die währenddessen oder danach ihre Meinung zur Qualität des Messinstruments äußern kann. Dies wurde auch für die vorliegende Studie in die Tat umgesetzt.

Zwei Personen bekamen die gleichen Instruktionen, die Teilnehmer der Studie auch bekommen sollten. Anschließend durften sie sich jeweils ein Video anschauen, den Fragebogen dazu ausfüllen und anhand der „Methode des lauten Denkens“ beschreiben.

Zu den zwei verschiedenen Videos wurde nicht viel angemerkt. Lediglich Video 2 schien etwas aufzufallen, da der Zuschauer vom schwarzen Bildschirm irritiert war und nachfragen musste, ob das tatsächlich so sein soll. Daher wurde für die Kontrollgruppe eine zusätzliche Instruktion geschrieben, die darauf hinweist, dass anfänglich nur ein schwarzer Bildschirm mit einem Lied zu sehen ist, woraufhin eine kurze Filmszene folgt. Beide Instruktionen lassen sich im Anhang nachlesen.

Zum Fragebogen selbst wurden im Pretest einige Anmerkungen ausgesprochen, die allerdings meist positiv ausfielen und keine grobe Veränderung der Fragen, der Struktur oder der Antwortmöglichkeiten erforderten.

5.5.2 Die Hauptstudie

Die tatsächliche Studie wurde in der Stadt Wien im Zeitraum 1. Juli bis 31. Juli 2014 durchgeführt. Ort der Durchführung variierte zwischen Wohnung der Autorin dieser Studie und den Wohnungen der Versuchsteilnehmer. Die Bedingungen Ungestörtheit und Durchführung ohne Abbruch konnten erfüllt werden. Insgesamt wurden 66 Versuchsdurchgänge geführt, wobei einer im Durchschnitt jeweils 15 Minuten dauerte.

n	Musik		
	Bekannt	Unbekannt	ohne
	22	22	22

Tabelle 6: Stichprobe der Studie

Die Rekrutierung der Versuchsteilnehmer erfolgte durch die Veröffentlichung der Studie auf diversen sozialen Netzwerken sowie die Anfrage im Bekannten- und Freundeskreis. Die Aufteilung zu den Gruppen geschah, laut Versuchsdesign, zufällig. Es wurde auf eine abwechselnde Vorführung der Versionen geachtet, wobei die Gesamtanzahl der benötigten Teilnehmer pro Gruppe im Auge behalten wurde. Insgesamt nahmen 66 Personen daran teil, davon 23 Frauen und 43 Männer. Der Mittelwert des Alters beträgt 26,8 (Min = 20, Max = 40, SD = 4.5).

Die Gruppe „Musik bekannt“ musste vor dem eigentlichen Versuch an das Lied gewöhnt werden. In einem Zeitraum von einer Woche vor der Testung, wurden die Teilnehmer gebeten, sich die drei Lieder „Aventine“, „Plains“ und „Shiver“ mindestens ein Mal anzuhören. Es wurde auch darauf hingewiesen, dass ein mehrmaliges Anhören willkommen wäre. Bei Bedarf wurden die Links zu den Youtube-Versionen der Lieder geschickt.

Die tatsächliche Testung wurde mit allen Versuchsteilnehmer so einheitlich wie nur möglich gehalten. Die mündliche Instruktion wurde kurz gestaltet, da alle nötigen Informationen auf der schriftlichen Einweisung zur Verfügung standen. Der chronologische Ablauf der experimentellen Untersuchung verlief wie folgt: Nach einer kurzen Begrüßung und Einweisung (Sitzplatz, Handy ausschalten, Schreibgeräte zur

Verfügung stellen), wurden zuerst die zwei Instruktionsblätter zum Lesen vorgelegt. Nach einer kurzen Zustimmung des Teilnehmers wurde das entsprechende Video gezeigt. Die Vorführung des Videos wurde mittels eines Laptops und Kopfhörern durchgeführt. Lautstärke und Funktionalität des Videos wurden von der Versuchsleiterin selbst vor dem Eintreffen der Versuchsperson überprüft. Nach Ablauf der Filmszene wurde der Fragebogen vorgelegt. Die Teilnehmer wurden gebeten etwaige Fragen erst nach dem Ausfüllen des Fragebogens zu stellen. Anschließend wurden die Arbeitsblätter gesammelt, zusammengeheftet und mit einer Versuchsperson-Nummer und der Versuchsbedingung versehen.

Am Ende jeder Versuchsdurchführung konnten zusätzliche Beobachtungen gemacht werden, die hier kurz angeführt werden sollen. Es bestand bei fast allen Teilnehmern großes Interesse am Film. Obwohl im Fragenbogen auch eine derartige Interessensfrage vorkam, ob man wissen möchte, wie der Film heißt, nahmen es die Versuchspersonen vorweg danach zu fragen. Einige der Personen suchten selbst nach dem Trailer des Films, als die Versuchsleiterin noch präsent war. Zusätzlich dazu, äußerten Personen, die der Gruppe „Musik unbekannt“ oder der Kontrollgruppe angehörten, vermehrt, dass ihnen das Lied „Aventine“ gefalle und fragten nach der Sängerin. Einige konnten sich allerdings nicht an das zweite Lied erinnern und teilten am Ende mit, dass es ihnen deshalb unmöglich war, die Fragen zu diesem Song zu beantworten. Dies wurde vermerkt und in der Codierung im Statistik-Programm berücksichtigt (siehe nächstes Kapitel).

5.6 Datenanalyse und Ergebnisse

Die Auswertung wurde mit dem Statistikprogramm SPSS 20 durchgeführt. Nach der erfolgreichen Sammlung aller Daten, mussten diese in das Programm codiert werden. Fehlende Daten wurden dementsprechend als solche vermerkt und nicht außer Acht gelassen².

Zu den Methoden, die daraufhin verwendet wurden, um die Hypothesenprüfung durchzuführen, wurden varianzanalytische Methoden verwendet, wie die einfaktorielle oder die multifaktorielle Varianzanalyse und die univariate Varianzanalyse. Diese Methoden erlauben den simultanen Vergleich von Mittelwerten verschiedener Gruppen. Jede dieser Methoden bedingt einige Voraussetzungen, die vor jeder Analyse überprüft wurden.

In einem etwas statistischen Jargon soll die Auswertung der Tests auch inhaltlich auf die Hypothesen übertragen werden. Die Ergebnisse beziehen sich auf die Daten der angegebenen Stichprobe (siehe Kapitel 5.5.1) N=66 Versuchsteilnehmer, mit besonderer Berücksichtigung auf die Einteilung der Gruppen.

5.6.1 Die Bewertung der Lieder nach Bekanntheitsgrad

Hiermit wird die erste Hypothese auf ihre Gültigkeit überprüft. Sie lautet wie folgt:

H1: Bekannte Lieder werden eher positiv bewertet als unbekannte Lieder.

Um die Bewertung bekannter Lieder im Unterschied zu unbekannten Liedern zu messen, werden die unabhängige Variable „Bekanntheit des Liedes“ und die abhängige Variable „Bewertung des Liedes“ einer einfaktoriellen Varianzanalyse (ANOVA) unterzogen.

² Bei Personen, die sich an das zweite Lied und in einem Fall an das erste Lied nicht mehr erinnern konnten, wurde die Antwort als dementsprechend als „konnte sich nicht erinnern“ codiert, um fehlende Messwerte möglichst zu vermeiden.

Die abhängige Variable „Bewertung des Liedes“ musste aufgrund der verschiedenen Items im Fragebogen erst einmal berechnet werden. Die Items der Bewertung beim ersten Lied „positiv“, „spannend“, „sympathisch“, „interessant“ und „empfehlenswert“ sowie die „gesamte Bewertung des ersten Liedes“ werden zu einem einzigen Konstrukt zusammengefasst und ihre Reliabilität gemessen. Die Zusammenfassung dient lediglich der Erleichterung der Analyse zur Hypothesenprüfung und kann nur unter der Voraussetzung einer hohen Reliabilität der Items untereinander geschehen. Mit der Reliabilität wird bestimmt, wie genau die Variablen eine Eigenschaft messen. Ein Messwert ab 0.7 gilt als ausreichende Reliabilität. Im vorliegenden Fall lässt sich eine hohe Reliabilität der Items nachweisen (Cronbachs $\alpha = 0.87$). Daher werden sie zu einer einzigen Variable „Bewertung des ersten Liedes insgesamt“ transformiert.

Anschließend wurde die einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) durchgeführt. Sie erlaubt mehrere Fallgruppen zu vergleichen und dahingehend zu untersuchen, ob sie sich in den Durchschnittswerten einzelner Variablen voneinander unterscheiden.

Die Voraussetzungen zur Durchführung dieses Tests wurden überprüft: Die abhängige Variable wird hier als metrisch angesehen, die Gruppen sind voneinander unabhängig, das heißt also eine Person kann nur einer einzigen Gruppe (bekannte Musik, unbekannte Musik oder Kontrollgruppe) angehören, die Varianzen der untersuchten Gruppen sind homogen (der Levene Test für Prüfung auf Varianzhomogenität weist $p > 0.05$ auf), die Daten sind innerhalb der Gruppen normalverteilt (Shapiro-Wilk Test weist $p > 0.05$ auf).

Das Ergebnis der ANOVA zeigt, dass sich die Gruppen in ihrer Bewertung nicht signifikant unterscheiden ($F=0.05$, $p=0.95$): Die Gruppe mit bekannten Liedern ($\bar{x}=23.50$, $SD=3.925$) unterscheidet sich weder von der Gruppe mit unbekannten Liedern ($\bar{x}=23.55$, $SD=4.437$), noch von der Kontrollgruppe ($\bar{x}=23.86$, $SD=4.109$) in der Bewertung des ersten Liedes. In der Abbildung 14 sieht man diesen Vergleich deutlich und erkennt nur einen geringfügigen Unterschied in den Mittelwerten der jeweiligen Gruppen.

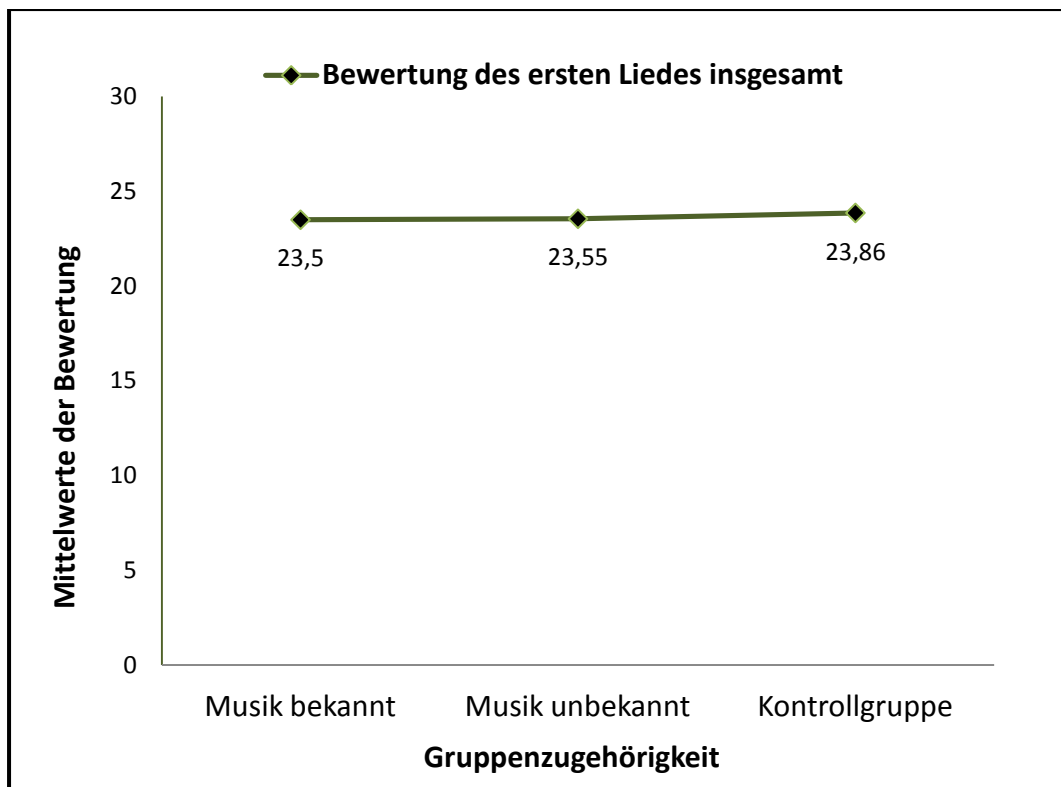


Abbildung 14: Bewertung des ersten Liedes in jeder Gruppe

Dies führt zu dem Schluss, dass die H1 verworfen werden muss. Da es keinen signifikanten Unterschied in der Bewertung des ersten Liedes zwischen den Gruppen gab, wird die Alternativhypothese beibehalten. Das gleiche Lied führte also zu ähnlicher Bewertung, unabhängig davon, ob es bekannt oder unbekannt war.

5.6.2 Einflussstärke der Bekanntheit bei der Liedbewertung

Die zweite Hypothese soll überprüfen, ob ein stärkerer Bekanntheitsgrad zu einer leichteren Verarbeitung eines Liedes verhilft, und dies zu einer stärkeren positiven Bewertung führt. Die gerichtete Hypothese lautete also:

H2: Je bekannter das Lied ist, umso positiver wird es bewertet.

Dies wurde anhand einer univariaten Varianzanalyse untersucht, anhand der UV „Anzahl des angehörtten Liedes“ und der AV „Bewertung des Liedes“.

Erneut wurde die Voraussetzungen geprüft: Die Variablen werden hier als metrisch betrachtet, die Gruppen sind voneinander unabhängig, Normalverteilung und Homogenität der Varianzen können angenommen werden ($p > 0.05$).

Die Aufteilung (siehe Tabelle 7) innerhalb der Gruppe mit bekannten Liedern geschah rein zufällig, weshalb die Anzahl des Anhörens des Liedes vor der Studie stark variiert.

Aufteilung nach Anzahl des Anhörens		
	Anzahl	N
1	1 Mal	6
2	2 Mal	11
Mögliche Anzahl des Anhörens	3 Mal	3
4	öfter als 3 Mal	2
5	kein Mal	44

Tabelle 7: Aufteilung der Versuchsteilnehmer nach Anzahl des Anhörens der Lieder

Das Ergebnis der univariaten Varianzanalyse fiel nicht signifikant aus ($F=1.567$, $p=0.19$). Dies bedeutet, dass die Anzahl des Anhörens eines Liedes keinen Effekt auf die Bewertung des Liedes ausübt. Wie man der Tabelle entnehmen kann, unterscheiden sich die Mittelwerte der verschiedenen Anzahl-Gruppen sehr wenig voneinander.

Bewertung des ersten Liedes insgesamt			
Anzahl des Anhörens vor der Studie	Mittelwert	Standardabweichung	N
1 Mal	20,17	3,869	6
2 Mal	24,45	3,475	11
3 Mal	26,33	2,082	3
öfter als 3 Mal	24,00	4,243	2
kein Mal	23,70	4,229	44
Gesamt	23,64	4,101	66

Tabelle 8: Mittelwerte der Gruppen zur Bewertung des ersten Liedes

Es zeigt sich allerdings eine leichte Tendenz der Erhöhung der Bewertung bei bis zu 3 Mal Anhören des Liedes. Bis zu drei Mal Anhören steigert die Bewertung des Liedes direkt proportional. Wird ein Lied allerdings öfter als 3 Mal gehört, wird ähnlich bewertet wie in dem Fall, ein Lied gar nicht gehört zu haben. Da das Ergebnis jedoch nicht signifikant ausfiel, sind diese Tendenzen nicht aussagekräftig genug und nur am Rande der Interpretation zu betrachten.

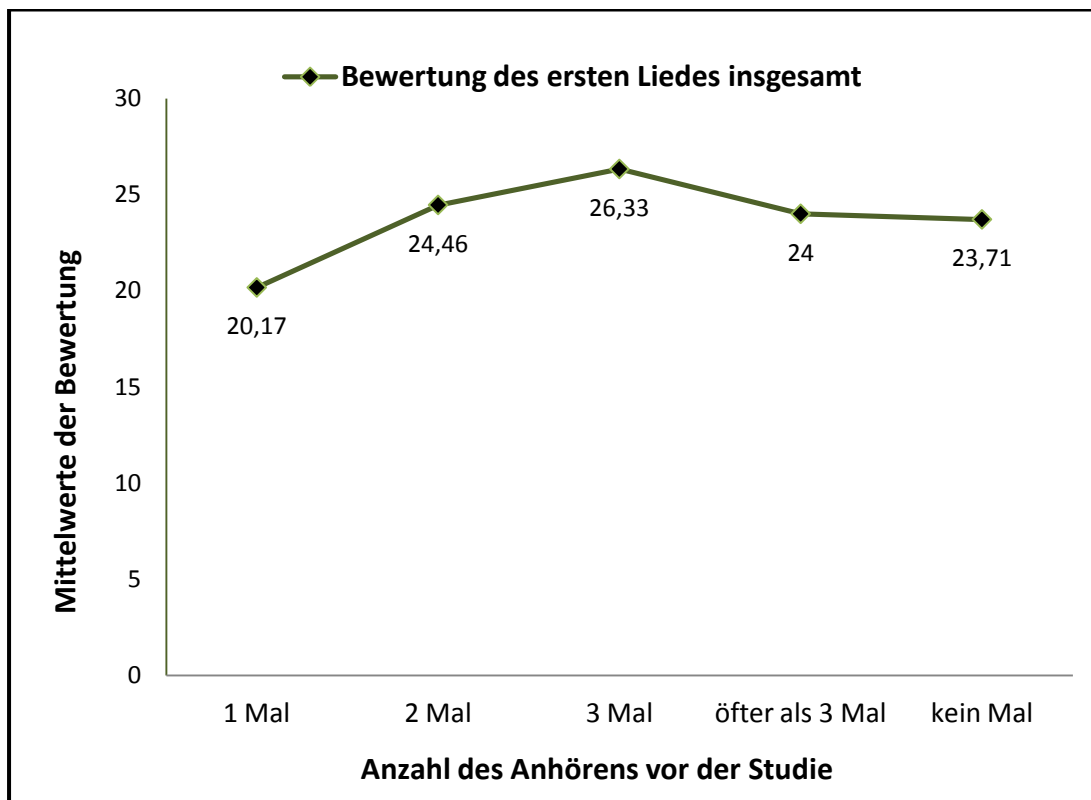


Abbildung 15: Bewertung des ersten Hintergrundliedes

Ebenfalls wurde eine univariate Varianzanalyse lediglich mit der Gruppe „bekannte Lieder“ ausgeführt, um der hohen Stichprobenanzahl bei „kein Mal vorher angehört“ ($n=44$) verglichen mit jener bei „Anzahl angehört“ ($n=22$) entgegen zu wirken. Allerdings fiel auch hier das Ergebnis nicht signifikant aus ($F=2.734$, $p=0.07$).

Die zweite Hypothese wird hiermit verworfen und die Alternativhypothese beibehalten. Es macht also keinen signifikanten Unterschied, wie oft man ein Lied vorher hört, die Bewertungen des Liedes fallen ähnlich aus.

5.6.3 Die Bewertung der Filmszene nach Bekanntheitsgrad

Ähnlich wie bei der ersten Hypothese, postuliert die dritte Hypothese einen Unterschied in der Bewertung der Filmszene aufgrund des Bekanntheitsgrades der Filmmusik:

***H3:** Bekannte Lieder führen zu einer positiveren Bewertung der Filmszene als unbekannte Lieder.*

Diesmal soll erfasst werden, ob die UV „Bekanntheit der Lieder“ einen Einfluss auf die AV „Bewertung der Filmszene“ ausübt. Erneut wird eine einfaktorielle Varianzanalyse ANOVA zu Rate gezogen.

Hierzu wurden erneut die Voraussetzungen geprüft: Die Kontrollgruppe wies einige Ausreißer auf und war nicht homogen ($p < 0.05$). Da die ANOVA ein robustes Verfahren ist, also einzelne Voraussetzungsverletzungen keinen allzu großen Einfluss auf das Ergebnis der Hypothesentestung haben, sind Abweichungen von Normalverteilung und Varianzhomogenität vernachlässigbar.

Die Items „Bewertung der gesamten Filmszene“ wurden erneut zu einem einzigen Index „Bewertung der Gesamtszene“ zusammengeführt, mit einer hohen Reliabilität (Cronbachs $\alpha = 0.821$).

Auch hier fiel das Ergebnis nicht signifikant aus ($F = 1.633$, $p = 0.204$). Schlussfolgernd unterscheiden sich die Gruppen nicht signifikant in ihrer Bewertung der gesamten Filmszene. Wie auch in Abbild 16 ersichtlich hervorgeht, zeigen die Mittelwerte keine großen Differenzen.

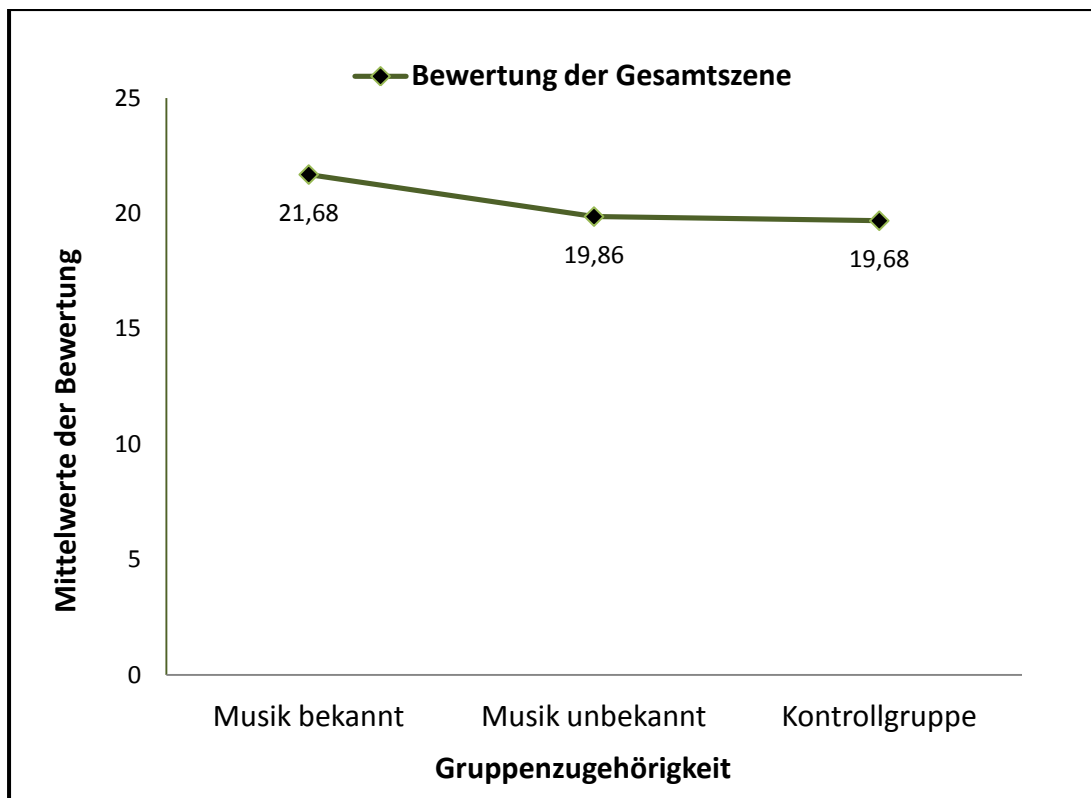


Abbildung 16: Bewertung der Gesamtszene

Weiters wurde eine multivariate Varianzanalyse für die Bewertungen „Anfang der Szene“ und „Ende der Szene“ durchgeführt. Dies dient der Überprüfung, ob Bekanntheit einen Unterschied in der dazugehörigen Filmszene macht.

Voraussetzungen: Die unabhängige Beobachtung, das Intervallniveau der Messungen und die Zufälligkeit der Stichproben gehen aus dem Experimentaldesign hervor. Die Varianzhomogenität ($p > 0.05$ für beide Gruppen) ist gegeben. Der Kolmogorov-Smirnov-Test auf Normalverteilung ($p < 0.05$) wies auf eine Nicht-Normalverteilung aller Gruppen hin, doch ist die MANOVA ebenso wie die ANOVA ein robuster Test, und wird daher ausgeführt.

Das Ergebnis zeigt ein signifikantes Ergebnis in der Bewertung der Anfangsszene ($F=3.707$, $p=0.03$). Wie ein Post-Hoc Test zeigt, unterscheidet sich hier die Gruppe mit Bekanntheit ($\bar{x}=4.00$, $SD=0.221$) signifikant von der Kontrollgruppe ($\bar{x}=3.19$, $SD=0.221$) in der Bewertung der Anfangsszene ($p=0.32$). Wie der Abbildung zu entnehmen ist, schneidet die Bewertung in der Gruppe mit Bekanntheit positiver ab als in der Kontrollgruppe. Dies bedeutet in kleinem Umfang, dass eine Filmsequenz mit

populärem Lied als Hintergrund positiver bewertet wird als eine Filmsequenz mit unbekannter Musik oder mit gar keiner Musik.

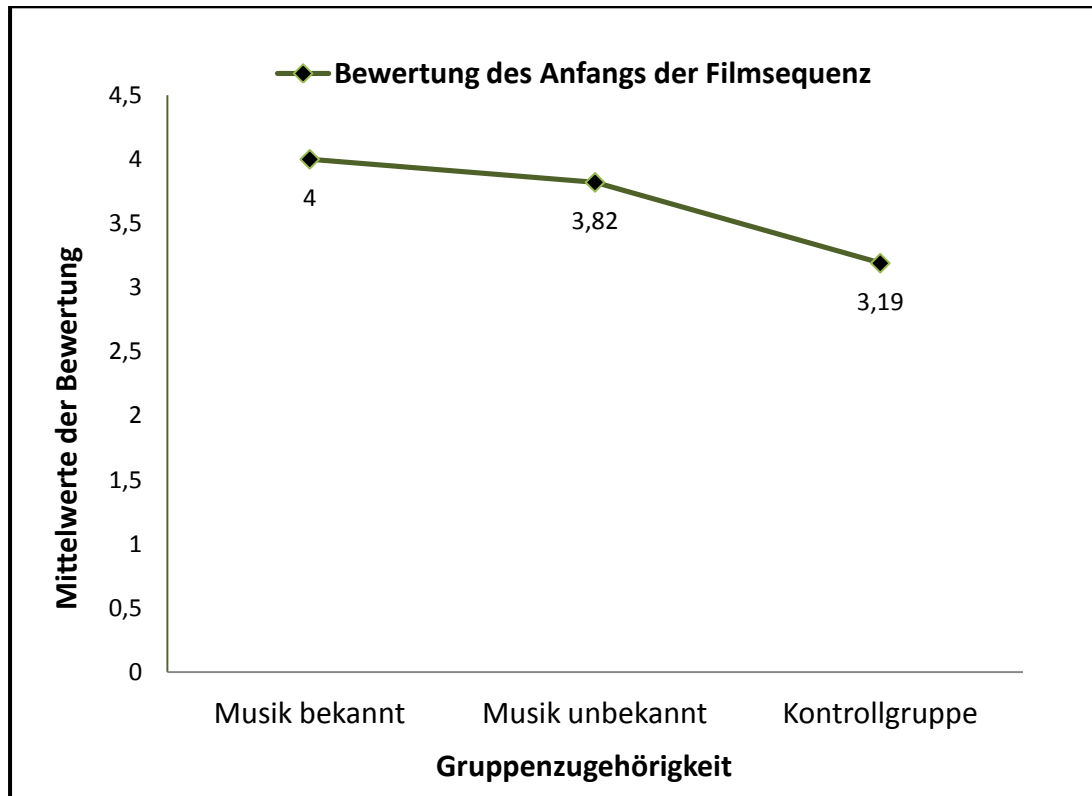


Abbildung 17: Bewertung der Filmanfangssequenz

Allerdings besteht kein signifikanter Unterschied zwischen den anderen Gruppen: „Musik bekannt“ und „Musik unbekannt“ ($p=0.827$, $p>0.05$) sowie „Musik unbekannt“ und „Kontrollgruppe“ ($p=0.113$, $p>0.05$).

In der Bewertung der Endszene lassen sich ebenfalls keine signifikanten Unterschiede ermitteln ($p=0.969$). Wie man in Tabelle 9 ersieht, unterscheiden sich auch hier die Mittelwerte kaum voneinander.

Bewertung der Anfangs- und Endsequenz der Filmszene					
Abhängige Variable	Angehörigkeit Gruppe	Mittelwert	Standardfehler	95%-Konfidenzintervall	
				Untergrenze	Obergrenze
Bewertung Anfang	Musik bekannt	4,000	,221	3,558	4,442
	Musik unbekannt	3,818	,216	3,387	4,250
	Kontrollgruppe	3,190	,221	2,749	3,632
Bewertung Ende	Musik bekannt	3,524	,201	3,121	3,926
	Musik unbekannt	3,545	,197	3,152	3,939
	Kontrollgruppe	3,476	,201	3,074	3,879

Tabelle 9: Mittelwerte der Bewertung der Anfangs- oder Endsequenz der Filmszene

H3 wird also ebenfalls verworfen: Bekanntheit beeinflusst die Bewertung der Filmszene nicht. Es zeigt sich allerdings eine Tendenz, dass eine Filmszene positiver bewertet wird, wenn sie mit bekannter populärer Musik untermauert wird, als wenn sie gar keine Musik im Hintergrund hat.

5.6.4 Einflussstärke der Bekanntheit bei der Filmbewertung

Wie auch für die zweite Hypothese, wurde bei Hypothese 4 eine Richtung des Einflusses angegeben:

H4: *Je bekannter ein Lied ist, umso positiver wird die Filmszene bewertet.*

Dies wurde erneut mit einer univariaten Varianzanalyse untersucht, wobei die Anzahl der angehörten Lieder (UV) variiert wird, um die Bewertung der gesamten Filmszene oder nur der Anfangsszene (AV) zu untersuchen.

Voraussetzungen: In der Bewertung der Anfangssequenz kann keine Normalverteilung angenommen werden ($p < 0.05$), der Test auf Homogenität der Varianzen ist ebenfalls signifikant ($p = 0.05$). Erneut wird darauf hingewiesen, dass es sich hier um ein robustes Verfahren handelt, weshalb die Überprüfung der Hypothese mit der univariaten Varianzanalyse durchgeführt wird.

Zieht man alle Gruppen in Betracht, so zeigt sich ein nicht signifikantes Ergebnis ($F=0.837$, $p=0.507$), was einen Effekt der Anzahl der Lieder auf die Bewertung der Gesamtfilmszene anbelangt.

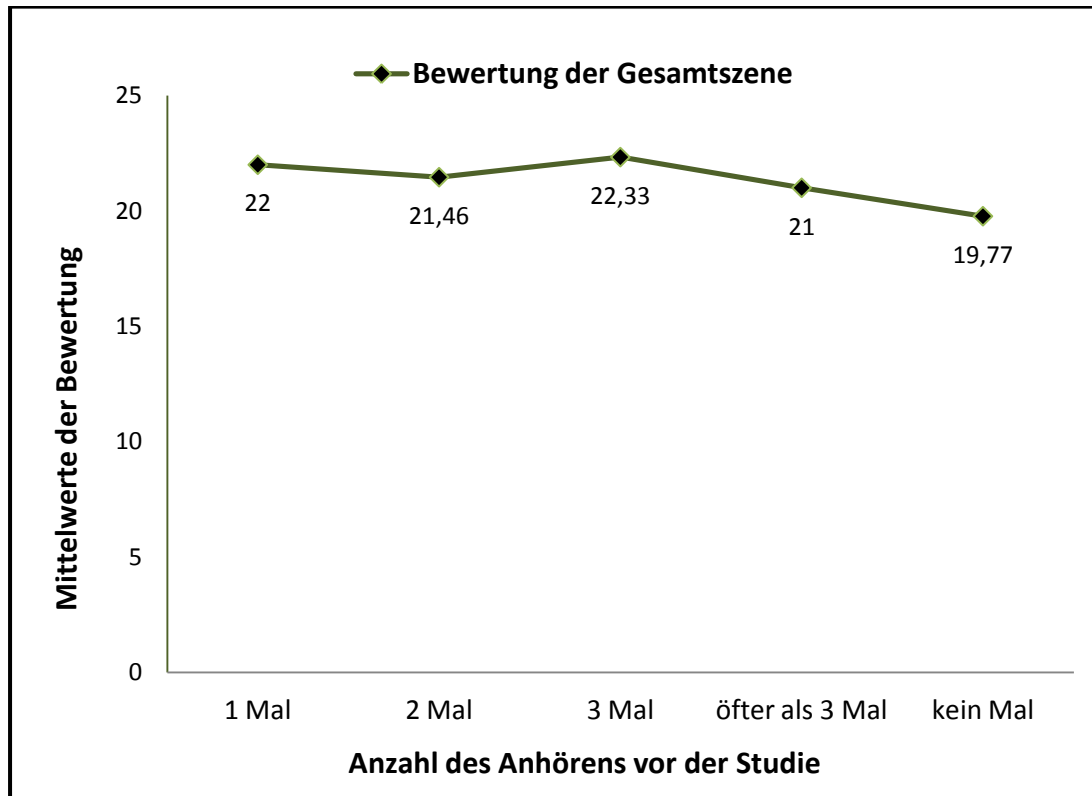


Abbildung 18: Bewertung der gesamten Filmszene nach Anhöranzahl

Sieht man sich nur die Gruppe „Musik bekannt“ näher an, scheint auch hier kein Haupteffekt in der Bewertung der Anfangsszene vorhanden zu sein ($F=1.362$, $p=0.288$).

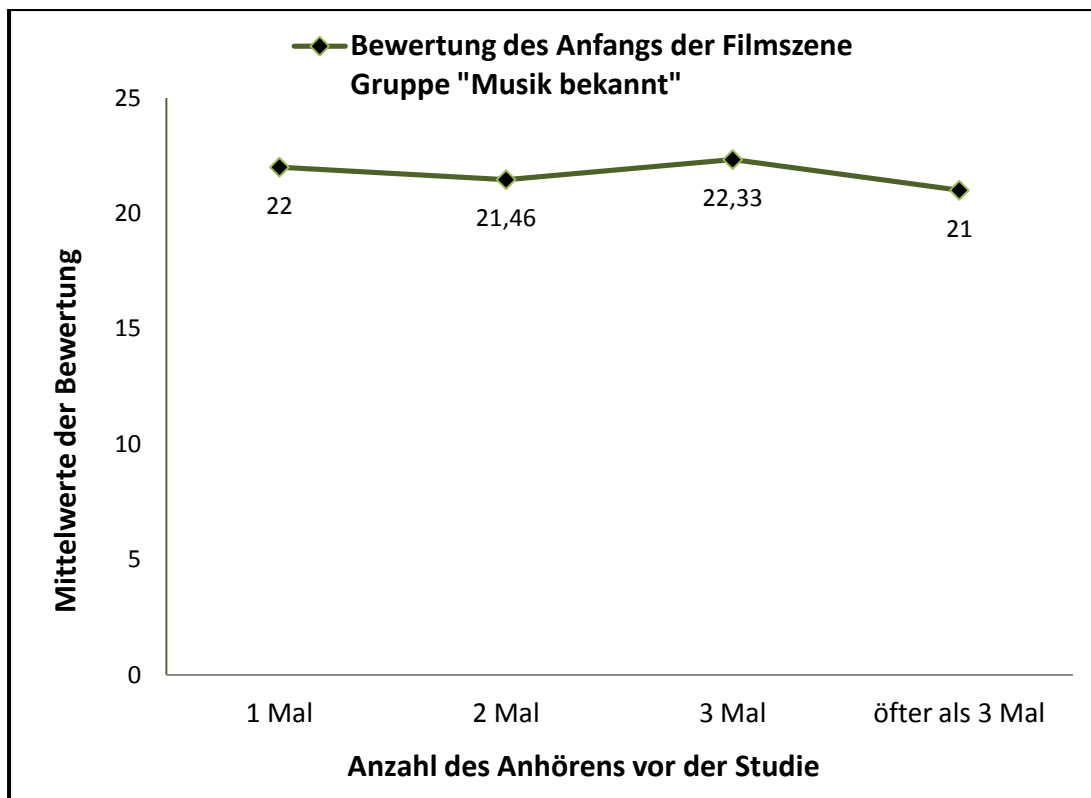


Abbildung 19: Bewertung des Anfangs der Filmsequenz nach Anhöranzahl

Demnach muss die Alternativhypothese beibehalten werden und die H4 wird verworfen. Der Bekanntheitsgrad hat also keinen Einfluss auf die Bewertung der gesamten oder auch nur der anfänglichen Filmszene.

5.6.5 Deskriptive Datenanalyse zum Interesse an Musik

Zusätzlich zu den erwarteten Hypothesen soll noch eine deskriptive Datenanalyse durchgeführt werden, die allgemeine Tendenzen in den Bewertungen untersuchen soll. Eine eher sekundäre Forschungsfrage dieser Arbeit bezieht sich schließlich auf das Interesse für Filmmusik, das über den Film hinaus geht. Wie verhält sich der Zuschauer bezüglich der gehörten Filmmusik, wenn der Film zu Ende ist? Zwar ist dies nicht der Hauptgegenstand der vorliegenden Studie, dennoch wurden im Messinstrument Fragen zum Zuschauerverhalten diesbezüglich gestellt. Das Ziel ist es

herauszufinden, ob ein generelles Interesse für Filmmusik besteht und ob dies so stark ist, dass es auch längerfristig auf den Rezipienten wirkt.

Ein grundlegender Aspekt ist die Aufmerksamkeit, die der Filmmusik gewidmet wird. Hierzu wurden die Versuchsteilnehmer gefragt, ob sie sich Musik im Hintergrund anhören und ob sie allgemein der Musik allgemein aufmerksam zuhören.

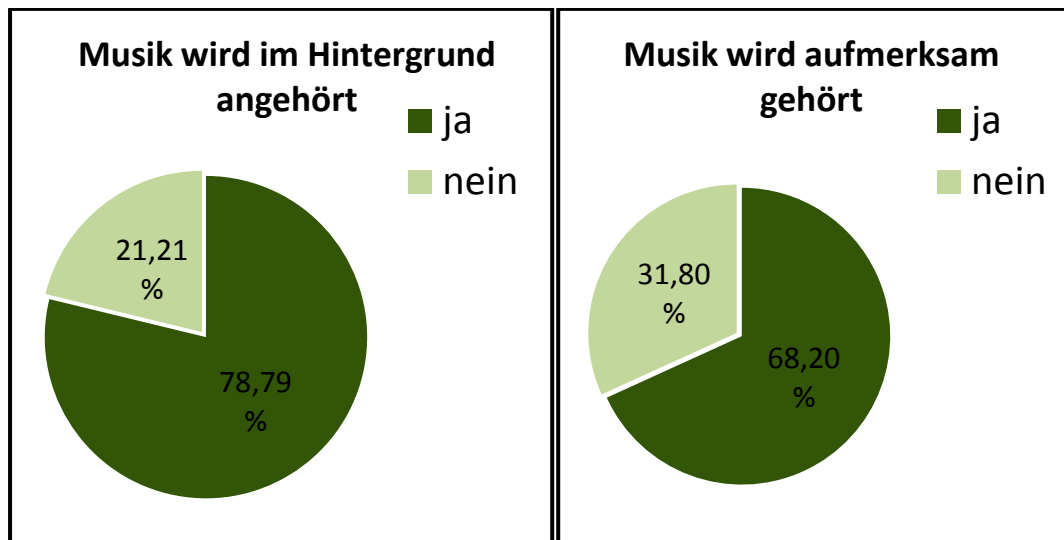


Abbildung 20: Häufigkeiten der Hörgewohnheiten der Versuchsteilnehmer

Das Ergebnis (Abbildung 20) zeigt, dass 78,8% der Teilnehmer sich Musik im Hintergrund anhört und 68,2% Musik aufmerksam anhört. Die Mehrheit gibt also an, Musik Aufmerksamkeit zu schenken, auch wenn diese im Hintergrund läuft.

Weiterhin wurden zwei Fragen speziell auf die Musik im Film bezogen. Es wurde gefragt, ob Musik öfters im Film auffalle und ob eine Musiksuche nach dem Film häufig vorkomme.

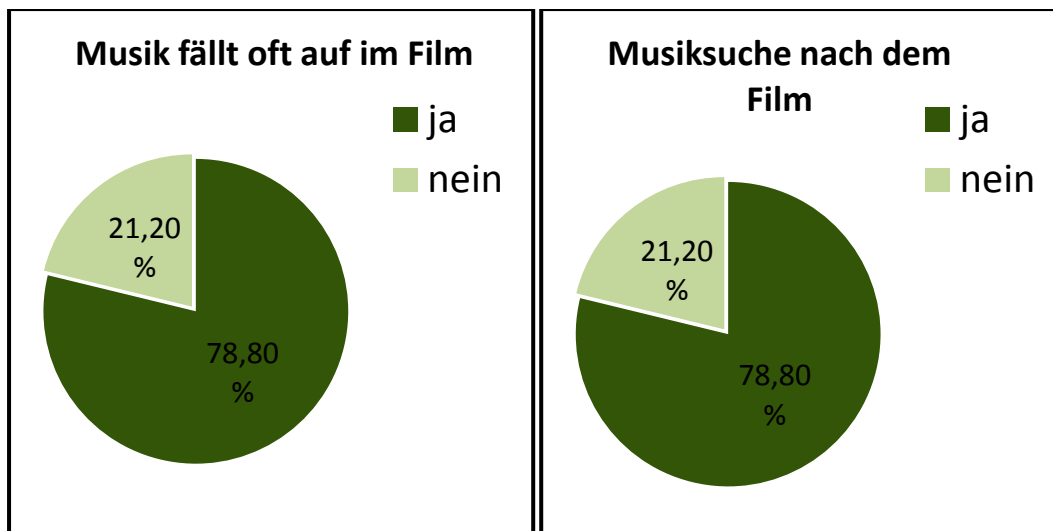


Abbildung 21: Auffälligkeit von Musik im Film und Musiksuche nach einem Film

Auch hier scheint die Mehrheit Bewusstsein und Interesse an Musik im Film und außerhalb des Filmes zu zeigen (Abbildung 21). Musik fällt bei 78,8% der Probanden (n=52) oft im Film auf. Die gleiche Prozentanzahl macht sich auf die Musiksuche, wenn der Film zu Ende ist. Umso eher suchen die Zuschauer/Zuhörer nach einem Lied, wenn der Film gefällt. 93,9% der Teilnehmer gaben an, dies zu tun (Abbildung 22). Wenn es allerdings um den Kauf des Soundtracks geht, scheinen 59% sich eher dagegen zu entschließen, die Lieder eines Filmes auch zu kaufen. Ob dies grundlegend am Kaufverhalten des Konsumenten liegt, oder ob diese Entscheidung davon beeinflusst wird, wie sehr man an dem Film oder der Musik darin Gefallen findet, lässt sich nicht sagen.

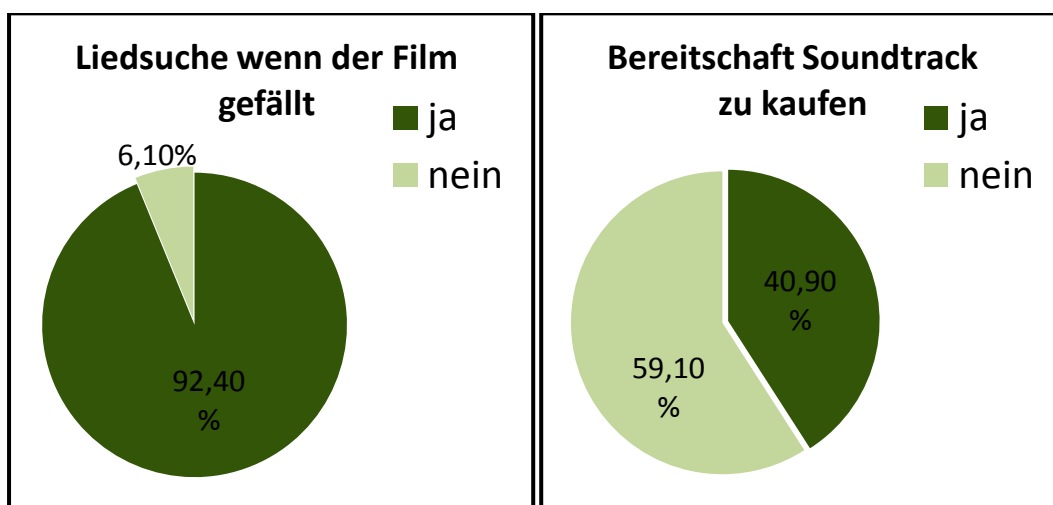


Abbildung 22: Ergebnisse zur Liedsuche und Bereitschaft zum Kauf

Dies waren eher allgemeine Fragen, die sich auf das gewöhnliche Zuschauerverhalten bezogen. Eine eher spezielle Frage galt dem Interesse des Filmes, dessen Anfangsszene für das Stimulusmaterial dieser Studie verwendet wurde. Es wurde gefragt, ob die Teilnehmer der Studie Interesse daran hätten, zu erfahren wie der gesamte Film hieße. Dies deutet einerseits auf eine allgemeine Neugierde hin, und in manchen Fällen sogar auf den Wunsch, sich den Film anzusehen. Wie der Abbildung 23 zu entnehmen ist, wollten 84,9% den Namen des Films wissen. Wie auch in den Beobachtungen während der Versuchsdurchführung notiert wurde, suchten einige Personen sogar vor den Augen der Versuchsleiterin nach dem Trailer des Films und sprachen das Interesse aus, sich diesen anschauen zu wollen. 13,6% (n=9) sprachen dieses Interesse nicht aus. Zufälligerweise kannte eine Person den Film schon.

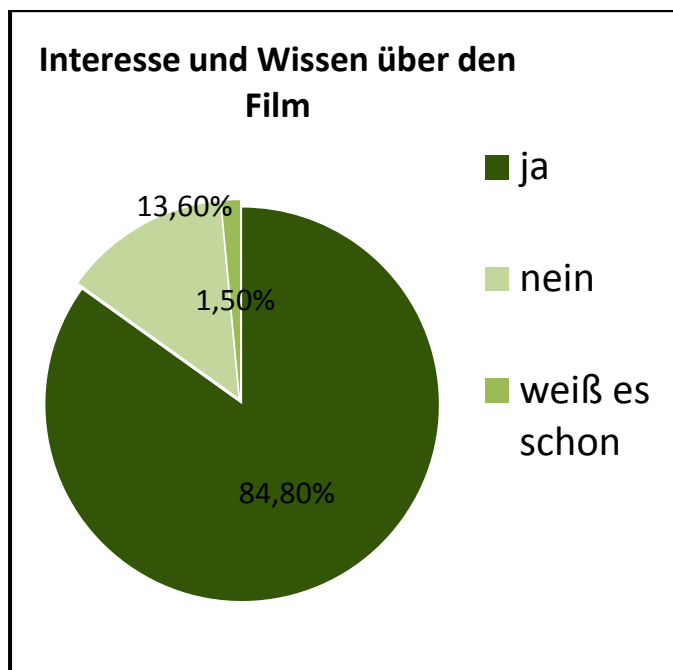


Abbildung 23: Interesse der Versuchsteilnehmer am Film „Reconstruction“

5.7 Auswertung und Diskussion

Nach der statistischen Überprüfung der Hypothesen müssen die Ergebnisse interpretiert und wieder in den theoretischen Kontext überführt werden, um den wissenschaftlichen Fortschritt erkennbar zu machen.

5.7.1 Die Bewertung von bekannter Musik

Die erste Forschungsfrage dieser Studie bezog sich auf einen möglichen Unterschied in der Bewertung bekannter und unbekannter Lieder in einer Filmszene. Die Hypothesen 1 und 2 sollten diese Forschungsfrage klären.

Mit der Hypothese 1 wurde versucht zu klären, ob bekannte Lieder positiver bewertet werden als unbekannte. Der Grund zu dieser Annahme basierte auf dem Modell der Verarbeitungsflüssigkeit von Schwarz. Aufgrund fehlender Unterschiede in der Bewertung des Liedes zwischen den verschiedenen Versuchsgruppen, wurde die H1 allerdings verworfen. Die Gruppen „Musik bekannt“, „Musik unbekannt“ und die Kontrollgruppe bewerteten das erste Lied also ähnlich. Dies deutet darauf hin, dass die Verarbeitung der beiden Musik-Reize ebenfalls ähnlich ausfiel.

Verarbeitungsflüssigkeit verläuft ohne Aufwand und automatisch und bedarf keiner bewussten Aufmerksamkeit oder strategischem Verarbeiten eines Stimulus (vgl. Jacoby, Kelley, Brown & Jasechko, 1989; Jacoby, Kelley & Dywan, 1989). Damit ist gesichert, dass auch Hintergrundmusik, die nicht aufmerksam wahrgenommen wird, in das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit eingeschlossen werden kann. Wäre dies nicht der Fall gewesen, hätten die Gruppe „Musik unbekannt“ und die Kontrollgruppe erst auf die Lieder aufmerksam gemacht werden müssen, damit sie überhaupt eine Bewertung abgeben können. Es wurde allgemein davor gewarnt, dass das Bewusstwerden von Musik im Film auch eine äußerst negative Wirkung haben kann, zum einen weil sie vom Film ablenkt und somit als Störfaktor angesehen wird, zum anderen weil das Bewusstwerden verschiedene Ursachen haben kann, die negativ beschlagen sind. Der wissenschaftliche Fortschritt deutet allerdings auf einen anderen

Grund hin, warum sich in dieser Studie die Bewertungen zwischen bekannt und unbekannt nicht unterscheiden haben. Es ist nicht das Bewusstwerden des Liedes per se, durch das eine Wirkung des Modells nachlässt, sondern das Bewusstwerden der Verlinkung zwischen der Bewertung, die sie abgeben müssen, und der wiederholten Aussetzung des Reizes. Die Frage hier ist also, ob sich die Versuchsteilnehmer der Beziehung zwischen wiederholtem Anhören des Liedes und der Bewertung des Liedes bewusst waren und deshalb die Wirkung des Modells der Verarbeitungsflüssigkeit vermindert wurde. Hätte das Bewusst-Werden solch einer Relation verhindert, hätte das Modell umso mehr Wirkung vorweisen sollen. Dadurch, dass die Versuchsteilnehmer erkannt haben, dass das gleiche Lied, das sie sich vorher anhören mussten, auch in der Filmszene vorkam, wurde ihnen bewusst, dass es eine Verbindung zwischen den beiden Erfahrungen gibt und somit wurde die Bewertung aufgrund anderer möglicher Inputs gemacht (vgl. Bornstein & D'agostino, 1994; Reber, Schwarz & Winkielman, 2004). Der umgekehrte Schluss setzt also für die Funktionalität des Modells das Fehlen der Bewusstheit voraus, dass es eine Beziehung zwischen Stimulus-Aussetzung und einer affektiven Bewertung gibt.

Die Nicht-Wirkung des Verarbeitungsmodells wurde auch in Studien festgestellt, bei denen die Bewertung eines vorab schon negativen Reizes gemessen wurde (vgl. Skurnik, Schwarz & Winkielman, 2000). Da es sich bei dem Lied oder der Filmszene wohl kaum um negative Reize handelt, kann dieser Erklärungsansatz damit ausgeschlossen werden.

Hypothese 2 setzte eine Steigerung in der positiven Bewertung voraus, die mit steigender Verarbeitungsflüssigkeit einhergeht. Es wurde vorausgesagt, dass je einfacher der Reiz Musik verarbeitet werden kann, die Bewertung dieser Musik umso positiver ausfällt. Auch hier musste die Hypothese aufgrund unzureichender signifikanter Unterschiede in den Bewertungen verworfen werden. Die Anzahl des Anhörens eines Liedes hatte keinen Effekt auf die Bewertung des Liedes selbst. Diese Hypothese ist jedoch eine Erweiterung der Hypothese 1, und da letztere nicht bewiesen werden konnte, scheint es logisch, dass die Wirkung hier nicht auffiel.

Es zeigte sich lediglich eine leichte Tendenz der Erhöhung der Bewertung bis zu drei Mal Anhören des Liedes. Die Bewertung steigerte sich linear vom einmaligen Anhören

bis zum dreimaligen Anhören des Liedes. Öfter als drei Mal beseitigte diesen Effekt. Dies beweist, dass die Tendenz, die auch anhand des Mere Exposure Effektes erklärt werden kann, zwar da ist, sich allerdings als nicht stark genug ausgeprägt zeigt, um die Hypothese zu verifizieren. Dies stimmt mit Studien überein, die zeigten, dass Wiederholung eine positive Stimmung aufruft (vgl. Monahan, Murphy & Zajonc, 2000) und die Vorliebe für Reize steigert (vgl. Bornstein, 1989). Van der Bergh & Vrana (vgl. 1998) zeigten beispielsweise, dass der Mere Exposure Effekt bis zu neun Wiederholungen positive Bewertungen einholt. Nach 27 Präsentationen des Stimulus stieg die Bewertung an, aber nur wenn das Wiederholungs-Schema nicht herausragte. Fiel die Wiederholung zu sehr auf, führte dies zu einem Rückgang der positiven Bewertung. Erneut zeigt sich die Auffälligkeit als wichtiger Faktor, der die Wirkung des Verarbeitungsmodells zurücksetzt. Da das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit dem Mere Exposure Effekt zugrunde liegt (vgl. Reber, Winkielman & Schwarz, 1998), lässt sich der Rückgang ab einer gewissen Zahl an Wiederholungen auch auf das erste Modell übertragen.

Das nicht signifikante Ergebnis in dieser Studie ist allerdings einer zu kleinen Stichprobe geschuldet. Ebenfalls wurde es den Versuchspersonen selbst überlassen, wie oft sie die Lieder vorher anhören, was einerseits zu einer unkontrollierten Variable führte, andererseits zu ungleichen Stichproben in den jeweiligen Anzahl-Gruppen.

Nicht zuletzt könnte das Ergebnis auch von anderen, von der Studie nicht erfassten Moderatorvariablen, wie der Stimmung der Person während der Durchführung des Versuches oder die Aufmerksamkeit beim Anhören der Lieder vor der Testung, beeinflusst werden.

5.7.2 Der Einfluss der Musik auf die Filmszene

Wie in den vorausgehenden Studien, wurden die Versuchsteilnehmer mit einem bekannten Reiz (i.e. flüssig) sowie einem nicht bekannten Reiz und konfrontiert, und

anschließend um eine Bewertung für jeden dieser Reize gebeten. Bekanntheit unterschied sich von Unbekanntheit lediglich durch die wiederholte Aussetzung des ersten Songs in der Filmszene vor der Studie. Da das variierte populäre Lied nicht alleinstehend war (außer in der Kontrollgruppe), und sich im Kontext der Filmszene befand, führte dies zur zweiten Forschungsfrage: Welchen Einfluss hat die Bekanntheit populärer Filmmusik auf die Bewertung einer Filmszene? Anhand zweier Hypothesen, denen das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit zugrunde liegt, sollte überprüft werden, wie die Bewertungen zwischen Lied und Filmszene zusammenhängen.

Hypothese 3 postulierte, dass eine mit populärer Musik untermauerte Filmszene mit einer positiven Bewertung der Filmszene einhergeht. Sie wurde allerdings verworfen: Bekanntheit beeinflusst die Bewertung der gesamten Filmszene nicht. Es zeigte sich jedoch ein, wenn auch minimaler, Unterschied in den Bewertungen: die Filmsequenz mit bekannter populärer Musik wurde positiver bewertet als jene mit unbekannter oder jene mit gar keiner Musik. Diese Tendenz ist zwar kongruent mit dem Modell der Verarbeitungsflüssigkeit, doch der Unterschied ist zu gering, um die Aussagekraft der Hypothese zu unterstützen. Eine unzureichende Stichprobe ist hier wohl eine der Ursachen dafür.

Erneut kann darauf hingewiesen werden, dass eine mögliche Aufdeckung der Beziehung zwischen vermehrtem Anhören der Lieder und dem Versuch selbst dazu führte, dass die Wirkung des Modells vermindert wurde. Der umgekehrte Schluss setzt also für die Funktionalität des Modells das Fehlen der Bewusstheit voraus, dass es eine Beziehung zwischen Stimulus-Aussetzung und einer affektiven Bewertung gibt. Für die Musikindustrie bedeutet das, dass der Film als subtile Grundlage dienen muss, um den Zuschauer für die Musik zu primen. Dies kann zwar das Mögen der Filmmusik sichern, aber ob dies dann zum Kauf der Soundtracks führt, ist eher fraglich.

Es wurden aber auch schon frühere Ergebnisse zu Hintergrundmusik festgestellt, die ähnliches aufwiesen (vgl. Winkielman & Fazendeiro, 2003): Der Einfluss der Verarbeitungsflüssigkeit auf eine Bewertung wird eliminiert, wenn Versuchsteilnehmer ihre affektive Reaktion einer irrelevanten Quelle attribuieren, wie der Hintergrundmusik, attribuieren.

Aufbauend auf Hypothese 3 wurde Hypothese 4 formuliert. Auch diese fiel nicht signifikant aus, was einer logischen Schlussfolgerung folgt. Der Bekanntheitsgrad hat keinen Einfluss auf die Bewertung der gesamten oder auch nur der anfänglichen Filmszene. Es spielte also keine Rolle, wie oft das populäre Lied vorher angehört wurde, die Bewertung der gesamten Filmszene sowie auch nur der ersten Filmsequenz fiel ähnlich aus wie jene der Gruppe „Musik unbekannt“ und der Kontrollgruppe.

Zum einen, bestätigt dies die Annahme, dass das Visuelle in einem Film nach wie vor prominent bleibt (vgl. Inglis, 2003; Lissa, 1965). Zum anderen, können solche einfachen, aber doch visuellen Alltagselemente wie eine Straße oder eine Bar der Grund gewesen sein, warum eine allzu große Polarisierung der Bewertung nicht stattgefunden hat. Hier sei an den Top-Down Prozess erinnert, der bei einer Wahrnehmung eine wichtige Rolle spielt. Jeder Mensch nimmt eine Situation anders wahr. In diesem Fall verfügt die Situation über zwei verschiedene Reize: das visuelle der Filmszene und das auditive der Hintergrundmusik. Dadurch wird vor allem die Subjektivität der Bewertungen unterstrichen. Formen sich keine Muster in der Bewertung der Zuschauer oder lassen sich diese Muster nicht auf zugehörige Manipulation zurückführen, so bleibt das Ergebnis nicht signifikant, wie in diesem Fall.

Der Top-Down Prozess ist allerdings nicht der einzige, der bestimmt, wie wir die Welt wahrnehmen. Vor allem die Stimmung ist ein einflussreicher Faktor, der auch bei solchen Reizen wie Hintergrundmusik unsere Wahrnehmung moduliert (e.g. Jolij & Meurs, 2011). Daher scheint es umso dringender, in zukünftigen Forschungen dieser Art auch Komponenten wie Befindlichkeit, Vorwissen oder Erfahrung mit Filmmusik ins Visier zu nehmen.

Dass ein allgemeines Interesse für Soundtracks vorhanden ist, lässt sich anhand der Mehrheitsantworten zu diesem Punkt in der gegebenen Stichprobe feststellen. Hintergrundmusik wird öfters und auch aufmerksam gehört. Rezipienten sind bereit, nach einem Lied zu suchen, wenn es im Film auffällt, was ebenfalls oft der Fall ist. Eine allgemeine Begeisterung für den vorliegenden Film wurde geweckt. Ob dieses Interesse jedoch nur der Filmszene zu verdanken ist, nur der Filmmusik oder der Fusion der beiden, lässt sich nicht sagen.

6. SCHLUSSFOLGERUNG UND AUSBLICK

“For each of us then, our idea of hipness in music arises in part from the success of a given piece in moving us on that impenetrable level. Well-crafted popular music can do this if it is married to images that reinforce the universal dimension of its message.” (Wright, 2003, S.20)

„Ich sehe was ich höre“ ist eine Arbeit über das Bewusstwerden der Musik im Film, über die Popularität des Populären und über den Einfluss der Dinge auf den Rezipienten, wenn sie Bekanntheit erlangen. Es ist eine wissenschaftliche Studie, die untersuchen wollte, ob die Musikindustrie mehr Macht hat, als es offensichtlich ist. Aber vor allem ist es ein Werk, das den Filmzuschauer und Filmmusikzuhörer als die Hauptrolle spielende Figur sieht.

Der Grund zur Durchführung dieser Studie war die Bedeutungsverschiebung der Filmmusik, und zwar als kommerzielle Verzierung filmischen Hintergrundes. Das Erkenntnisinteresse ist es zu erforschen, wie populäre Filmmusik und ihre Bekanntheit auf den Zuschauer und seine Bewertungen zum Film Wirkung einnimmt. Dies wurde gezielt durch zwei Forschungsfragen formuliert: Wie werden bekannte Lieder gegenüber unbekannten Liedern in einer Filmszene bewertet? Und welchen Einfluss hat die Bekanntheit populärer Filmmusik auf die Bewertung einer Filmszene? Anhand eines wissenschaftlichen Experiments wurden diese Fragen zuerst theoretisch erörtert und dann anhand der Analyse einer Stichprobe beantwortet.

Die Ergebnisse waren einschlägig. Es spielt keine große Rolle, ob der Zuschauer weiß, dass der Film bekannte Musik verwendete. Es macht aber einen Unterschied, ob der Zuschauer weiß, dass es eine Verbindung zwischen dieser Musik und seiner eigenen Bewertung gibt. Mit anderen Worten wird das Modell der Verarbeitungsflüssigkeit eher nicht wirken, wenn der Rezipient der Meinung ist, er wird durch die Musik- oder Filmindustrie gezielt beeinflusst, um diese zu mögen oder zum Kauf anzureizen. Und dies ist für solch ein zum Alltag gehörendes Vergnügungselement wohl selten der Fall.

Es geschieht zwar viel hinter den Kulissen eines Films, wie beispielsweise die Beachtung von Filmfunktionen, von denen der Zuschauer nichts mitbekommt, doch die Filmindustrie wird wohl die Kommerzialisierung der Musik als Priorität setzen. Viel eher handeln Filmproduzenten hier in ihrem eigenen Sinne, den Film durch das Accessoire Filmmusik zum Ruhm zu bringen. Wie diese Studie auch gezeigt hat, besteht allerdings ein grundlegendes Interesse der Rezipienten für Filmmusik. Viele sind gewillt, sich auch nach einer Filmrezeption auf die Suche nach der Musik zu machen.

Schlussfolgernd lassen sich verschiedene Ebenen bei der Filmrezeption identifizieren, die sowohl Wahrnehmung, aber auch Interesse und aktive Handlung mit einbeziehen. Aufgrund der erforschten Literatur und den Ergebnissen dieser Studie wurde ein Modell der Rezeption von Filmmusik (Abbildung 24) entwickelt, das mögliche Wege von der Rezeption bis hin zum Kaufverhalten aufweist und als Schlussfolgerung für diese Arbeit dienen soll.

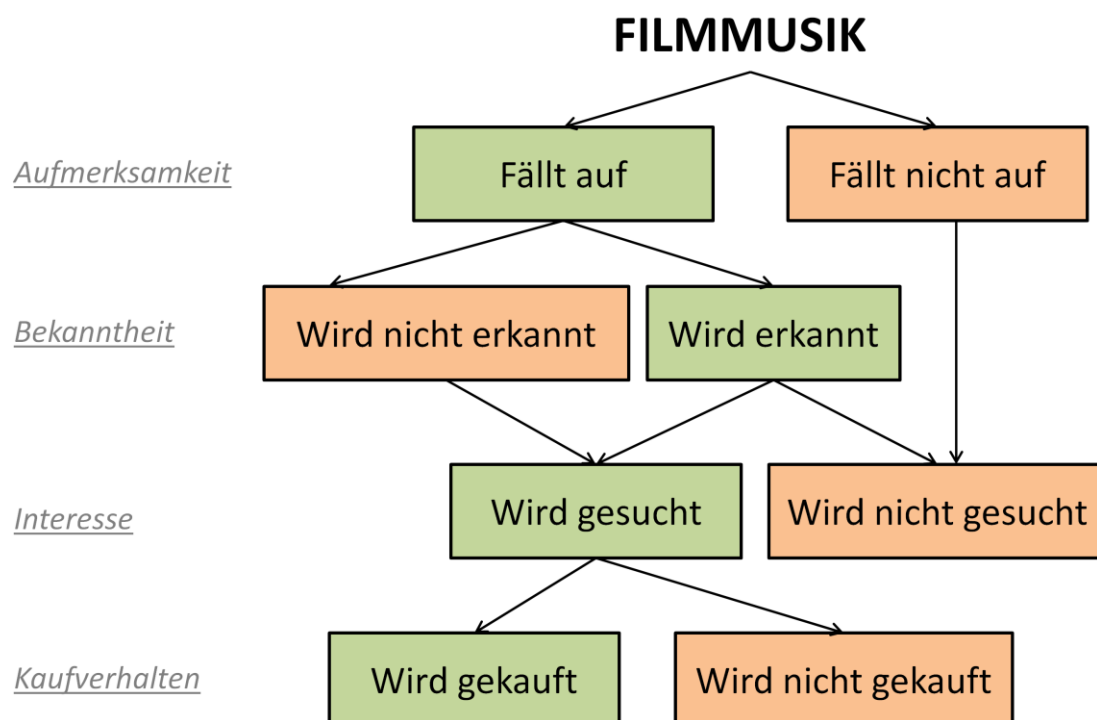


Abbildung 24: Mögliche Wege zur Verarbeitung der Musik in einer Filmszene

Populäre Musik im Film scheint eine Filmszene, beziehungsweise Filmsequenz, ein bisschen beliebter zu machen. Diese Beliebtheit lässt sich allerdings nicht auf einen größeren Teil des Films oder gar den ganzen Film übertragen, zumindest kann eine positive Bewertung eines Filmes nicht auf ein populäres Lied zurückverfolgt werden. Doch heißt das, dass Filme nur noch populäre Lieder verwenden sollten, wenn sie Erfolg haben wollen? Dies liegt sicher nicht im Sinne der Produzenten, denn damit werden weder Filmfunktionen, -intentionen oder -ästhetik, noch die Zufriedenstellung des Zuschauers erfüllt. Klassische Musik gehört genauso zum Film wie populäre. Aber ob diese gefallen, hängt vor allem vom Kontingent an Vorwissen und Erfahrungen eines jeden Zuschauers ab. Ja, bekannte Lieder werden im Film eingesetzt, um die Zuschauer zum Kauf der Musik anzuregen. Würde man den Annahmen dieser Studie folgen, wäre das nur wirkungsvoll, wenn sich der Zuschauer dieser Manipulation nicht bewusst ist. Doch wird es soweit kommen, dass ein Zuschauer sogar Filme und ihre Rolle hinterfragen wird, auch wenn diese meist nur dem alltäglichen Vergnügen dienen? Oder soll man Film einfach Film sein lassen?

LITERATURVERZEICHNIS

Printausgaben

Adams, M. (2012). *Lee de Forest: King of Radio, Television and Film*. USA: Copernicus Books.

Adorno, T. W. (2006). On Popular Music. In: Storey, J., *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*, England: Pearson Education, S. 73-84.

Adorno, T. W. & Eisler, H. (1969). *Komposition für den Film*. Deutschland: Europäische Verlagsanstalt.

Alter, A. L. & Oppenheimer, D. M. (2009). Uniting the Tribes of Fluency to Form a Metacognitive Nation. *Personality and Social Psychology Review*, 13(3), S. 219 – 235.

Altman, R. (2001). Popular vs. "Serious". In: Wojcik, P.R. & Knight, A., *Soundtrack Available: Essays on Film and Popular Music*, Durham und London: Duke University Press, S. 19-30.

Atkinson, M. (1995). Long Black Limousine: Pop Biopics. In: Romney, J. & Wootton, A. (Hrsg.), *Celluloid Jukebox*, London: British Film Institute, S. 20-31.

Atteslander, P. (2003). *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin: Walter de Gruyter Verlag.

Barron, L. (2003). 'Music Inspired By...': The Curious Case of the Missing Soundtrack. In: Inglis, I., *Popular Music and Film*, Great Britain: Wallflower Press, S. 148-161.

Bazelon, I. (1975). *Knowing the Score*. New York: Van Nostrand Reinhold Company.

Barlow, P. (2001). Surreal Symphonies: L'Age d'or and the Discreet Charms of Classical Music. In: Wojcik, P.R. & Knight, A., *Soundtrack Available: Essays on Film and Popular Music*, Durham und London: Duke University Press, S. 31-52.

Bornstein, R. F. (1989). Exposure and Affect: Overview and Metaanalysis of Research 1968–1987. *Psychological Bulletin*, 106, S. 265–289.

- Bornstein, R. F. & D'Agostino, P. R. (1994). The attribution and discounting of perceptual fluency: Preliminary tests of a perceptual fluency/attributional model of the mere exposure effect. *Social Cognition*, 12, S. 103–128.
- Borris, S. (1977). *Popmusik. Kunst aus Provokation*. Wiesbaden: Breitkopf & Härtel.
- Bullerjahn, C. (2001). *Grundlagen der Wirkung von Filmmusik*. Augsburg: Wißner Verlag.
- Bullerjahn, C. (2000). Theorien und Experimente zur Wirkung von Filmmusik. In: Kloppenburg, J., *Handbuch der Musik im 20. Jahrhundert, Band 11*. Deutschland: Laaber.
- Bullerjahn, C. & Löffler, W. (2009). *Musik und Ökonomie: Finanzieren und Vermarkten von und mit Hilfe von Musik – Musikästhetisches und musikpädagogisches Haushalten*. Hildesheim: Georg Olms Verlag.
- Cooke, M. (2008). *A History of Film Music*. United Kingdom: University Press, Cambridge.
- Cooke, M. (2010). *The Hollywood Film Music Reader*. New York: Oxford University Press.
- Concorde Filmverleih (2011). *Presstext: Melancholia, ein Film von Lars von Trier*. München.
- Davis, R. (2010). *Complete Guide to Film Scoring: The Art and Business of Writing Music for Movies and TV (2. Auflage)*. Boston: Berklee Press.
- De la Motte-Haber, H. (1993). *Film und Musik*. Darmstadt: Schott.
- De la Motte-Haber, H. & Emons, H. (1980). *Filmmusik: Eine systematische Beschreibung*. Wien: Carl Hanser Verlag.
- Dickinson, K. (2008). *Off Key: When Film and Music Won't Work Together*. USA: Oxford University Press.
- Faulstich, W. (1978). *Rock, Pop, Beat, Folk: Grundlagen der Textmusik-Analyse*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- Fiske, J. (2003). *Lesarten des Populären*. Austria: Löcker.

Gerrig, R. J. & Zimbardo, G. (2008). *Psychologie (18. aktualisierte Auflage)*. Deutschland: Pearson Studium.

Gmelin, H. (2006). *Nationalität in populärer Musik: Popmusik heute – Ausdruck kultureller Identität oder Produkt einer globalisierten Wirtschaft?*. Hamburg: LIT Verlag.

Gorbmann, C. (2001). Filmmusik. Texte und Kontexte. In: Schlagnitweit, R. & Schlemmer, G., *Film und Musik*, Wien: Synema, S. 13-28.

Gorbman, C. (1987). *Unheard Melodies: Narrative Film Music*. London: BFI Publishing.

Göttlich, U., Albrecht, C. & Gebhardt, W. (Hrsg.) (2002). *Populäre Kultur als repräsentative Kultur: Die Herausforderung der Cultural Studies*. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Göttlich, U. & Winter, R. (2000). *Die Politik des Vergnügens*. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Groth, S. (2003). *Bilder vom Fremden. Zur Konstruktion kultureller Stereotype im Film*. Marburg: Tectum Verlag.

Harper, G. (2009). *Sound and Music in Film and Visual Media*. USA: The Continuum International Publishing Group Inc.

Hepp, A. & Winter, R. (Hrsg.) (2006). *Kultur, Medien, Macht: Cultural Studies und Medienanalyse (3. Auflage)*. Deutschland: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Holicki, S. & Brosius, H.B. (1988). Der Einfluß von Filmmusik und nonverbalem Verhalten der Akteure auf die Wahrnehmung und Interpretation einer Filmhandlung. *Rundfunk und Fernsehen*, 36(2), S. 189-206.

Horkheimer, M. (1988). Neue Kunst und Massenkultur. In: Schmidt, A., *Gesammelte Schriften IV*. Frankfurt a.M., S. 419-438.

Höge, H. (2005). Psychologie und Bewusstsein: Eine Geschichte mit Tücken. In: Bullerjahn, C., Gembris H. & Lehmann A. C. (Hg.), *Mono 12. Musik: gehört, gesehen und erlebt*. Hannover: Institut für Musikpädagogische Forschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover, S. 123-158.

Hügel, H. O. (2003). *Handbuch Populäre Kultur: Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart: Verlag J.B. Metzler.

Inglis, I. (2003). *Popular Music and Film*. Great Britain: Wallflower Press.

Jacoby, L. L., Kelley, C. M. & Dywan, J. (1989). Memory attributions. In H.L. Roediger & F. I.M. Craik (Hrsg.), *Varieties of memory and consciousness: Essays in honour of Endel Tulving*, Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., S. 391-42.

Johnson-Laird, P.N. (1980). Mental Models in Cognitive Science. *Cognitive Science*, 4, S. 71-115.

Kalinak, K. (2010). *Film Music: A Very Short Introduction*. Great Britain: Oxford University Press.

Karlin, F. (1994). *Listening to Movies: The Film Lover's Guide to Film Music*. New York: Schirmer Books.

Kepplinger, H. M. (2010). *Nonverbale Medienkommunikation: Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag.

Kloppenburger, J. (2000). *Handbuch der Musik im 20. Jahrhundert, Band 11*. Deutschland: Laaber.

Kulbe, A. (2009). *Grundwissen Psychologie, Soziologie und Pädagogik: Grundwissen für Pflegeberufe, 2. überarbeitete Auflage*. Stuttgart: Kohlhammer GmbH.

Jacoby, L. L., Kelley, C. M., Brown, J., & Jasechko, J. (1989). Becoming famous overnight: Limits on the ability to avoid unconscious influences of the past. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, S. 326–338.

Jacoby, L. L., Kelley, C. M. & Dywan, J. (1989). Memory attributions. In: Roediger, H.L. & Craik, F.I.M. (Hrsg.), *Varieties of memory and consciousness: Essays in honour of Endel Tulving*, Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, S. 391–422.

Lenzenweger, A. (2004). *Filmmusik im Musikfilm: Der besondere Zusammenhang zwischen dem integrierten und dem abgetrennten Bestandteil der Filmmusik in den Filmen „The Commitments“ und „Bandits“*. Wien: Diplomarbeit.

- Lissa, S. (1965). *Ästhetik der Filmmusik*. Berlin: Henschelverlag.
- Luger, K. (2008). *Vergnügen, Zeitgeist, Kritik: Streifzüge durch die populäre Kultur*. Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag.
- Marks, M. (1996). The Sound of Music. In: Nowell-Smith, G. (Hrsg.). *The Oxford History of World Cinema*, Oxford: Oxford University Press, S. 248-259.
- Monahan, J. L., Murphy, S. T., & Zajonc, R. B. (2000). Subliminal mere exposure: Specific, general and diffuse effects. *Psychological Science*, 11, S. 462–466.
- Morgenthaler, A. (2010). Interview with Anders Morgenthal. In: Hjort, M., Jørholt, E. & Novrup Redvall, E., *The Danish Directors, Band 2*. Malta: Gutenberg Press, S. 173-186.
- Möhring, W. & Schlütz, D. (2010). *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung (2. Überarbeitete Auflage)*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Obel, A. (2013). *Aventine* [CD]. Dänemark: Pias Recordings.
- Powrie, P. & Stilwell, R. (2006). *Changing Tunes: The Use of Pre-existing Music in Film*. Great Britain: Ashgate.
- Reay, P. (2004). *Music in Film: Soundtracks and Synergy*. London: Wallflower Press.
- Reber, R., Schwarz, N. & Winkielmann, P. (2004). Processing Fluency and Aesthetic Pleasure: Is Beauty in the Perceiver's Processing Experience?. *Personality and Social Psychology Review*, 8(4), S. 364-382.
- Reber, R., Winkielman, P. & Schwarz, N. (1998). Effects of Perceptual Fluency on Affective Judgements. *Psychological Science*, 9(1), S. 45-48.
- Reiß, S. & Sarris, V. (2012). *Experimentelle Psychologie: Von der Theorie zur Praxis*. München: Pearson Deutschland GmbH.
- Romney, J. & Wootton, A. (1995). *Celluloid Jukebox*. London: British Film Institute.
- Rose, L. (2012). *Like I Used To* [CD]. England: Columbia Records.

Russell, D. (1997). *Popular Music in England 1980-1914: A Social History*. UK: Manchester University Press.

Schlaginitweit, R. & Schlemmer, G. (Hrsg.) (2001). *Film und Musik*. Wien: Synema.

Schneider, N. J. (1986). *Handbuch Filmmusik. Musikdramaturgie im Neuen Deutschen Film*. München: Ölschläger.

Schwarz, N. (2004). Metacognitive Experiences in Consumer Judgement and Decision Making. *Journal of Consumer Psychology*, 14(4), S. 332-348.

Schwarz, N., Bless, H., Strack, F., Klumpp, G., Rittenauer-Schattka, H. & Simons, A. (1991). Ease of Retrieval as Information: Another Look at the Availability Heuristic. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), S. 195-202.

Seamon, J. G., Brody, N. & Kauff, D. M. (1983). Affective discrimination of stimuli that are not recognized: Effects of shadowing, masking, and central laterality. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, 9, S. 544-555.

Skurnik, I., Schwarz, N. & Winkielman, P. (2000). Drawing inferences from feelings: The role of naive beliefs. In: Bless, H. & Forgas, J. P. (Hrsg.), *The message within: The role of subjective experience in social cognition and behavior*, Philadelphia: Psychology Press, S. 162-175.

Smith, J. (1998). *The Sound of Commerce: Marketing Popular Film Music*. Columbia University Press: New York.

Strigl, S. (2006). *Traumreisende: Narration und Musik in den Filmen von Ingmar Bergman, André Téchiné und Julio Medem*. Wien: Diplomarbeit.

Soeffner, H. G. (1988) Kulturmythos und kulturelle Realität(en). In: Soeffner, H. G. (Hrsg), *Kultur und Alltag. Soziale Welt. Sonderband 6*, Göttingen, S. 3-20.

Strinati, D. (1995). *An introduction to Theories of Popular Culture*. London.

Thompson, B. (1995). Pop and Film: The Charisma Crossover. In: Romney, J. & Wootton, A. (Hrsg.), *Celluloid Jukebox*, London: British Film Institute, S. 32-41.

Tischer, M. (2011). Gedanken über Popmusik für die Gebildeten unter ihren Verächtern. In: Meine, S. & Noeske, N. (Hrsg.). *Musik und Popularität: Aspekte zu einer Kulturgeschichte zwischen 1500 und heute*, Münster: Waxmann, S. 195-206.

Tschernkowitsch, T. (2003). *Filmmusik und ihre Wirkungen – eine experimentelle Untersuchung zur Beeinflussung der Charakterwahrnehmung von Darstellern in Spielfilmen durch Filmmusik*. Wien: Diplomarbeit.

Tulodziecki, G. (1996). *Neue Medien in den Schulen: Projekte - Konzepte - Kompetenzen*. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.

Van den Bergh, O., & Vrana, S. R. (1998). Repetition and boredom in a perceptual fluency/attributional model of affective judgments. *Cognition and Emotion*, 12, S. 533-553.

Vitouch, O. (1999). *Musik-...? Psychologie! : empirische Forschung in der Musikdomäne. Allgemeiner Teil*. Universität Wien: Dissertation.

Vitouch, P. & Tinchon, H. J. (Hrsg.) (1996). *Cognitive Maps und Medien: Formen mentaler Repräsentation bei der Medienwahrnehmung*. Frankfurt am Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften.

Whittlesea, B., & Price, J. (2001). Implicit/explicit memory versus analytic/nonanalytic processing: Rethinking the mere exposure effect. *Memory and Cognition*, 29, S. 234-246.

Winkielman, P., & Fazendeiro, T. (2003). *Effects of conceptual fluency on memory and liking*. Manuscript.

Winkielman, P., Schwarz, N., Fazendeiro, T., & Reber, R. (2003). The hedonic marking of processing fluency: Implications for evaluative judgment. In: J. Musch & K. C. Klauer (Hrsg.), *The Psychology of Evaluation: Affective Processes in Cognition and Emotion*, Mahwah: Lawrence Erlbaum, S. 189-217.

Winter, R. (2010). *Der produktive Zuschauer: Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Wojcik, P. R. & Knight, A. (2001). *Soundtrack Available: Essays on Film and Popular Music*. Durham und London: Duke University Press.

Wright, R. (2003). Score vs. Song: Art, Commerce, and the H Factor in Film and Television music. In: Inglis, I., *Popular Music and Film*, Great Britain: Wallflower Press, S. 8-21.

Wurm, M. (2006). *Musik in der Migration: Beobachtungen zur kulturellen Artikulation türkischer Jugendlicher in Deutschland*. Bielefeld: Transcript Verlag.

Wyatt, J. (1994). *High Concept: Movies and Marketing in Hollywood*. Austin: University of Texas Press.

Wye Oak (2011). *Civilian* [CD]. USA: Merge Records.

Zajonc, R.B. (2001). Mere Exposure: A Gateway to the Subliminal. *Psychological Science*, 10(6), S. 224-228.

Internetquellen

Agnes Obel. <http://www.agnesobel.com/> [zuletzt aufgerufen 29.08.2014]

Bear, L. (2004). Christoffer Boe on Love and Personal Identity in "Reconstruction". *Indiewire*.

<http://www.indiewire.com/article/christopher-boe-on-love-and-personal-identity-in-reconstruction> [zuletzt aufgerufen 19.08.2014]

Bodil Awards for 2004. IMDb: Internet Movie Database.

<http://www.imdb.com/event/ev0000107/2004> [zuletzt aufgerufen 18.03.2014]

European Borders Breakers Awards (2012).

<http://www.europeanborderbreakersawards.eu/content/winners-european-border-breakers-awards-2012> [zuletzt aufgerufen 29.08.2014]

French, P. (2001). From the sound of silents to Hollywood's golden composers. *The Observer*. <http://www.theguardian.com/film/2001/aug/12/features.philipfrench> [zuletzt aufgerufen 18.03.2014]

Jolij, J. & Meurs, M. (2011). Music Alters Visual Perception. *PLoS One*, 6(4).

<http://www.plosone.org/article/fetchObject.action?uri=info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0018861&representation=PDF> [zuletzt aufgerufen 14.09.2014]

Köhler, B. (2003). Konzertbericht Agnes Obel. *Eclat Magazin*. <http://www.eclat-mag.de/konzerte/agnes-obel/freiburg-jazzhaus-2013-11-04.html> [zuletzt aufgerufen 29.08.2014]

Maneljuk, T. (2007). Dogma 95 oder wie alles begann... *Film-Zeit*. <http://www.film-zeit.de/Themen-und-Listen/Thema/17/DOGMA-95-ODER-WIE-ALLES-BEGANN/Details/#page74> [zuletzt aufgerufen 29.08.2014]

Oxford Dictionaries. Definition „popular“.

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/popular?q=popular> [zuletzt abgerufen 12.05.2014]

Reconstruction (2003). *IMDb: Internet Movie Database*.

<http://www.imdb.com/title/tt0366943/> [zuletzt abgerufen 12.05.2014]

Svidt, R. O. (2011). Agnes Obel topscorer til Danish Music Awards. *Gaffa*.

<http://gaffa.dk/nyhed/54348> [zuletzt aufgerufen 29.08.2014]

Rösing, H. (2008). Was ist „Populäre Musik“? – Überlegungen in eigener Sache.

Beiträge zur Populärmusikforschung. <http://geb.uni->

[giessen.de/geb/volltexte/2008/5349/pdf/RoesingHelmut_S94-110.pdf](http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2008/5349/pdf/RoesingHelmut_S94-110.pdf) [zuletzt

aufgerufen 29.08.2014]

Filmverzeichnis

(erwähnte oder beschriebene Filmbeispiele)

Bauer, F. (Produzent) & Rash, S. (Regisseur) (1987). *The Buddy Holly Story*. USA.

Berman, P. S. (Produzent) & Brooks, R. (Regisseur) (1955). *Blackboard Jungle*. USA: Metro-Goldwyn-Mayer.

Dwyer, F., Woolley, S. (Produzenten) & Softley, I. (Regisseur). (1994). *Backbeat*. England und Deutschland.

Fellner, E. (Produzent) & Cox, A. (Regisseur) (1986). *Sid and Nancy*. England und USA.

Foldager, M. L. (Produzentin) & Trier, L. (Regisseur) (2009). *Antichrist*. Dänemark, Deutschland, Frankreich, Schweden, Italien, Polen.

Foldager, M. L., Vesth, L. (Produzentinnen) & Trier, L. (Regisseur) (2011). *Melancholia*. Dänemark, Schweden, Frankreich, Deutschland.

Fonda, P. (Produzent) & Hopper, D. (Regisseur) (1969). *Easy Rider*. USA: Columbia Pictures.

Graham, B. (Produzent) & Stone, O. (Regisseur) (1991). *The Doors*. USA.

Hald, B., Kaufman, M. (Produzenten) & Vinterberg, T. (Regisseur) (1998). *Festen*. Dänemark.

Jørgensen, S.G., Jensen, P.A. Windelov, V. Bentzon, K. (ProduzentInnen) & Bier, S. (Regisseurin) (2002). *Elsker dig for evigt*. Dänemark.

Levine, J. E. (Produzent) & Nichols, M. (Regisseur) (1967). *The Graduate*. USA: Embassy Pictures.

Pfeiffer, T. G. (Produzentin) & Boe, C. (Regisseur) (2003). *Reconstruction* [Film]. Dänemark: Nordisk film.

Preminger, O. (Produzent & Regisseur) (1944). *Laura*. USA: 20th Century Fox.

Shenson, W. (Produzent) & Lester, R. (Regisseur) (1964). *A Hard Day's Night*. England: United Artists.

Shenson, W. (Produzent) & Lester, R. (Regisseur) (1964). *Help!*. England: United Artists.

Tardini, I. (Produzent) & Scherfig, L. (Regisseurin) (2000). *Italiensk for begyndere*. Dänemark.

Vesth, L. (Produzentin) & Trier, L. (Regisseur) (2013). *Nymphomaniac*. Dänemark, Deutschland, Frankreich, Belgien, England.

Warner Brothers (Produzent) & Crosland, A., Hollingshead, G. (Regisseur) (1928). *Glorious Betsy*. USA: Warner Brothers.

Warner Brothers (Produzent) & Curtiz, M. (Regisseur) (1928). *Tenderloin*. USA: Warner Bros. Pictures.

Windelov, V. (Produzentin) & Trier, L. (Regisseur) (1998). *Idioterne*. Dänemark.

Windelov, V. (Produzentin) & Trier, L. (Regisseur) (2000). *Dancer in the Dark*. Dänemark, Deutschland, Niederlande, USA, Großbritannien, Schweden, Island, Frankreich, Finnland, Norwegen.

„Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.“

BEGRIFFSERKLÄRUNG

<i>compilation score:</i>	Musik eines Film, die aus pre-existierenden Songs besteht
<i>cue:</i>	ein einzelnes Musikstück oder Teile eines Musikstückes
<i>editing:</i>	Bearbeitung, hier als Bearbeitung der Filmszene
<i>film score:</i>	Gesamtheit der Soundtracks in einem Film
<i>soundtrack:</i>	die Musik, die einen Film begleitet
<i>soundtrack album:</i>	Album mit den Sountracks eines Films, das zum Verkauf steht
<i>source song:</i>	Musik, die in einer Filmszene aus einem Tonmedium entstammt
<i>underscore:</i>	speziell für den Film komponierte Musik

1. Der Fragebogen: Instruktion



Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer!

Ich bedanke mich für dein Interesse, an dieser Studie teilzunehmen! Die folgende Studie wurde im Rahmen meiner Magisterarbeit an der Universität Wien entwickelt und ist auf deine Mithilfe angewiesen.

Dazu siehst du im Anschluss gleich ein Video, zu dem ich gerne deine Meinung erfahren würde. Bitte lies die folgenden Fragen aufmerksam durch und beantworte sie offen, ehrlich und nach bestem Gewissen. Das Ganze dauert nicht länger als 15 Minuten und die Angaben werden **streng vertraulich** sowie **anonym behandelt** und **keinesfalls an Dritte weitergegeben**.

Wenn du mitmachen möchtest, bitte ich dich, an der Studie vollständig und ungestört teilzunehmen.

Vielen Dank für deine Mithilfe!

Du wirst nun ein 2 Minuten langes Video sehen. Bitte schau es dir aufmerksam an. Es ist eine Szene aus einem Film. Nachher bekommst du einen Fragebogen, den du nach deinem ersten Eindruck beantworten solltest. Es gibt keine falschen oder richtigen Antworten, sondern einzig alleine deine eigene Meinung zählt. Achte bitte auch darauf, dass du *alle* Fragen beantwortest.

Und es kann los gehen!

2. Der Fragebogen: Hauptteil

Du hast dir nun die Filmszene angeschaut. Bitte beantworte nachfolgende Fragen:

1. Auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut), wie gut findest Du insgesamt die Filmszene?

1 (sehr schlecht) ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ 5 (sehr gut)

2. Gibt es einen bestimmten Teil der Szene der dir am besten gefällt?

Ja ☐

nein ☐

3. Wenn ja, welcher? _____

4. Wie findest du die gesamte Filmszene?

negativ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ positiv

langweilig ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ spannend

unsympathisch ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sympathisch

uninteressant ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ interessant

nicht empfehlenswert ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ empfehlenswert

5. Wie hat dir der Anfang der Szene gefallen?

sehr schlecht ☐ schlecht ☐ neutral ☐ gut ☐ sehr gut ☐

6. Wie hat dir das Ende der Szene gefallen?

sehr schlecht ☐ schlecht ☐ neutral ☐ gut ☐ sehr gut ☐

7. Kam dir etwas in dem Video bekannt vor? (Kreuze bitte das passende an)

Der Film ☐ ein/e SchauspielerIn ☐ mir kam nichts bekannt vor ☐

Die Szene ☐ die Musik ☐ der Ort ☐

8. Wie viele Hintergrund-Lieder kamen deiner Meinung nach in der Szene vor?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ mehr als 3 ☐ keine Ahnung ☐

9. Ist dir die Musik in der Szene aufgefallen?

Ja ☐ nein ☐

10. Wenn ja, an welchem Teil der Szene? (auch Mehrfachantworten möglich)

am Anfang ☐ in der Mitte ☐ am Ende ☐ kann mich nicht erinnern ☐

11. Wie hat dir das erste Lied gefallen?

negativ ☐☐☐☐☐ positiv

langweilig ☐☐☐☐☐ spannend

unsympathisch ☐☐☐☐☐ sympathisch

uninteressant ☐☐☐☐☐ interessant

nicht empfehlenswert ☐☐☐☐☐ empfehlenswert

12. Kam dir dieses erste Lied bekannt vor?

Ja ☐ nein ☐

13. Wenn ja, könntest du Musiktitel und/oder Name der Sängerin nennen?

14. Auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut), wie gut findest Du insgesamt das erste Lied?

1 (sehr schlecht) ☐☐☐☐☐ 5 (sehr gut)

15. Wie hat dir das zweite Lied am Ende der Szene gefallen?

negativ ☐☐☐☐☐ positiv

langweilig ☐☐☐☐☐ spannend

unsympathisch ☐☐☐☐☐ sympathisch

uninteressant ☐☐☐☐☐ interessant

nicht empfehlenswert ☐☐☐☐☐ empfehlenswert

16. Kam dir dieses Lied am Ende der Szene bekannt vor?

Ja ☐ nein ☐

17. Auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut), wie gut findest Du insgesamt das zweite Lied?

1 (sehr schlecht) ☐☐☐☐☐ 5 (sehr gut)

Zum Schluss noch ein paar Fragen zu deiner Person:

18. Wie gut gefallen dir die folgenden Musikstile?

Pop sehr schlecht ☐☐☐☐☐ sehr gut

Rock sehr schlecht ☐☐☐☐☐ sehr gut

Elektronische Musik sehr schlecht ☐☐☐☐☐ sehr gut

Hip Hop sehr schlecht ☐☐☐☐☐ sehr gut

19. Würdest du nach einem dir unbekannten Lied suchen, das dir in einem Film gefallen hat?

Ja ☐ nein ☐

20. Würdest du das Album mit der Musik eines Filmes kaufen?

Ja ☐ nein ☐

21. Hast du dir die vorgegebenen Lieder vor dieser Studie angehört? (nur antworten, wenn darum gebeten)

Ja ☐ nein ☐

22. Wenn ja, wie oft?

1 Mal ☐ 2 Mal ☐ 3 Mal ☐ öfter als 3 Mal ☐

23. Kanntest du eines der Lieder schon vor der Studie? Wenn ja, bitte zutreffendes ankreuzen:

Wye Oak – Plains ☐

Agnes Obel – Aventine ☐

Lucy Rose – Shiver ☐

24. Kanntest du eine der Künstlerinnen schon vor dieser Studie? Wenn ja, bitte zutreffendes ankreuzen:

Wye Oak ☐ Agnes Obel ☐ Lucy Rose ☐

25. Falls du bei der vorigen Frage eine der Künstlerinnen kanntest, wie gut gefällt dir diese? Falls nicht, geh bitte zur nächsten Frage über.

Wye Oak gefällt mir gar nicht ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ gefällt mir sehr gut

Agnes Obel gefällt mir gar nicht ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ gefällt mir sehr gut

Lucy Rose gefällt mir gar nicht ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ gefällt mir sehr gut

26. Spielst du selbst ein Musikinstrument? Wenn ja, welches?

Ja ☐ _____ nein ☐

27. Welche der folgenden Aussagen treffen auf dich zu?

Ich höre Musik oft im Hintergrund. ☐

Ich höre Musik oft aufmerksam. ☐

Musik im Film fällt mir oft auf. ☐

Wenn mir ein Lied in einer Filmszene gefällt, dann suche ich nach dem Film danach. ☐

Manchmal erkenne ich im Film Musik wieder. ☐

28. Möchtest du wissen, wie der Film heißt, dessen Szene du dir gerade angeschaut hast? (Der Untersuchungsleiter verrät es dir auf Wunsch am Ende)

☐ Ja ☐ nein ☐ ich weiß es schon, er heißt nämlich _____

29. Du bist: weiblich ☐ männlich ☐

30. Dein Alter ist: _____

31. Du bist: Student ☐ Studienrichtung: _____
 berufstätig ☐

So, jetzt hast Du es geschafft. Vielen Dank für deine Teilnahme an der Befragung!

ABSTRACT (deutsch)

Populäre Musik wird immer mehr zum Werbemittel, einerseits für die im Film vorkommende Musik und die dazugehörigen Musiker, andererseits aber auch für den Film selbst. Dieser Trend der Kommerzialisierung von Filmmusik verlangt auch eine neuartige Herangehensweise an die Wirkung und Rezeption von Soundtracks. Die vorliegende Arbeit versuchte genau dieser Forschungslücke nachzugehen, indem sie Popularität in Form von Filmmusik und ihren Einfluss auf die Wahrnehmung des Zuschauers untersuchte. Die Ergebnisse zeigten zwar keine großen Unterschiede zwischen der Wirkung von bekannter und unbekannter Musik, doch es gibt leichte Tendenzen, Filme mit populärer Musik positiver zu bewerten als Filme ohne Hintergrundmusik.

ABSTRACT (english)

Music has changed its roles in the world of film: it has become more and more an instrument of popularity, advertising and reminding the viewer that even film music needs a fame of its own. This shift of music functionality in film requires therefore a new perspective on music research. The intention of this paper was to relate three aspects: film music, popularity and their effect on the viewer. The results are not conclusive, but there seems to be a tendency for liking film scenes more, when there is popular music playing in the background, than for film scenes not accompanied by any kind of music.

Lebenslauf

ANDREEA SIMON

Zur Person

Geburtsdaten 24. Januar 1989 in Kronstadt (Rumänien)

Kontakt andreea.simon@ymail.com

Studium

Okt 2012 – Jan 2014 Magisterstudium Publizistik, Wien

Sep – Juli 2013 Auslandsjahr, Dänemark

Okt 2011 – Aug 2014 Bachelor Psychologie, Wien

Okt 2008 – Aug 2013 Bakkalaureatsstudium Publizistik, Wien
Schwerpunkt: Werbung, PR, Kommunikationsforschung

Schule

Juli 2008 Matura mit Ausgezeichnetem Erfolg

2003 – 2008 dreifache Gewinnern einer nationalen Deutscholympiade

2004 – 2008 Teilnahme an 2 Stipendien & 1 Schülerkongress in Deutschland

Praktika und Berufserfahrung

Jul – Sep 2014 Social Media & Marketing: Lomography, Wien

Jul 2014 Aushilfe: Popfest, Wien

Mai– Okt 2014 Bloggerin: Austria Trend Hotel, Wien

Mär– Mai 2014 Aushilfe: Melodica Festival, Wien

Mär– Jun 2014 Praktikum: Seayou Records, Wien

Okt 2013 Aushilfe: Waves Festival, Wien

2013 – 2014 Volunteer: Roskilde/ Spot/ Northside/ Distortion, Dänemark

Mai – Sep 2013 Service: Café Retro, Kopenhagen

Mär – Jun 2013 Praktikum: PrintMediaAds, Kopenhagen

Okt 2012 – Jun 2013 Texterin: Speedy Space, Wien

Aug 2012 Praktikum: Siebenbürgische Zeitung, München

Jun 2009 – Apr 2011 Texterin: Clixado Marketing, Wien

Kenntnisse

Sprachen Deutsch (Muttersprache), Rumänisch (Zweitsprache), Englisch (fließend in Wort und Schrift), Dänisch (fließend in Wort und Schrift)

Social skills gute Menschenkenntnis, die Ruhe in Person, Neugierde

Smarts MS-Office, Prezi für kreative Präsentationen, SPSS Statistics, SEO, Social Media, Grundkenntnisse Adobe Photoshop, Sound Design, Blogging, Facebook Ads, Google AdWords, Google Analytics, WordPress

Talents Unbekannte Musik, analoge Fotografie, Sprachen