



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Night of the living ad: Trailer als Mittel zur Übertragung
der Horrorfilm-Konsummotive der Zuschauer“

verfasst von/submitted by
Olga Mikhaylova

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes

For the question should not be 'why horror?' at all.

**It should be, rather,
why do *these* people
like *this* horror
in *this* place
at *this* particular time?**

Andrew Tudor

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

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

Wien, im September 2018

(Olga Mikhaylova)

Gender Erklärung in der vorliegenden Arbeit

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Magisterarbeit die Sprachform des generischen Maskulinums angewendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	7
2. Erkenntnisinteresse und theoretische Rahmen	9
2.1 Nutzen- und Belohnungsansatz Ansatz in Medienforschung	9
2.1.1 Struktur und Komponente	10
2.1.2 Zeichen- und Unterhaltungswert der Gattung	12
2.2 Nutzen- und Belohnungsansatz in Horror	13
2.2.1 Persönliche Eigenschaften als Einflussfaktor	13
2.2.2 Soziale Motive und demografische Charakteristiken	15
2.2.3 Mechanisme der Belohnung.....	17
3. Forschung zum Thema Horrorfilme	20
3.1 Geschichte der Horrorgattung und Problem der Definition	20
3.2 Subgattungen der Horrorfilme	22
3.3.Suspense als zentrales Element der Horrorfilme	24
3.4 Rolle der Filmfiguren	25
3.5 Mittel der Erzeugung von emotionellen Effekten	27
3.5.1 Metaphern als narratives Element	27
3.3.2 Grenzüberschreitung als narratives Element	29
3.3.2 Technische Elemente.....	30
4. Trailer-Wirkung	33
5. Forschungsdesign	36
5.1 Hypothesen und Forschungsfragen	36
5.2 Methode	37
5.3 Untersuchungsmaterial	39
5.4 Definition der Analyseeinheiten und Kategorienbildung	42
5.5 Pre-Test	46
5.6 Auswertung	48
5.7 Umformulierung der Hypothesen:	48
6 Interpretation der Ergebnisse	49
6.1 Hypothese 1.	49
6.2 Hypothese 2.	50
6.3 Hypothese 3.	51
6.4 Hypothese 4	52
6.5 Beantwortung der Forschungsfrage	53
7. Diskussion und Ausblick	54
8 Literaturverzeichnis:	57
8.1 Monographien, Sammelwerke und Aufsätze:	57
8.2 Online-Quellen	65
9. Anhang	66
9.1 Abstract (Deutsch)	66
9.2 Abstract (English)	67
9.3 Codebuch	68
9.4 SPSS-Tabellen	73

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1 Schema des Nutzungs- und Belohnungsansatzes</i>	10
<i>Abbildung 2. Transaktional verbundenes Syndrom der Unterhaltung</i>	19
<i>Abbildung 3. Drei-Stadien-Modell der Unterhaltungstransformation)</i>	20
<i>Abbildung 4. Horror-Subgattungen</i>	23
<i>Abbildung 5. Beziehung zwischen source domain „Dunkelheit“ und target domain „Böse Kräfte“, in Anlehnung nach Winter (2014)</i>	28
<i>Abbildung 6. Chiaroscuro-Lichteffekt in „Insidious“ (2010)</i>	30
<i>Abbildung 7. Dutch Angle und Präsenz der dämonischen Kraft in „American Horror Story“ (2011)</i>	31
<i>Abbildung 8. Rot-Blau-Geld als Indikator des psychologischen Zustandes der Protagonistin in „The Neon Demon“ (2016)</i>	32
<i>Abbildung 9. Beeinflusser der Filmerwartungen in Trailer</i>	34
<i>Abbildung 10. Durchführung der Inhaltsanalyse im sozialwissenschaftlichen Forschungsprozess</i>	38
<i>Abbildung 11. Produktionsland des Untersuchungsmaterials – Deskriptive Statistik</i>	41
<i>Abbildung 12. Reihenfolge des Untersuchungsmaterials – Deskriptive Statistik</i>	42
<i>Abbildung 13. Interpretation der Übereinstimmungswerte Koeffizienten Cohens Kappa</i>	46
<i>Abbildung 14. Rehabilitätskoeffizienten und Signifikanz der Variablen</i>	47

1 Einleitung

Film ist ein duales Produkt, das in das Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Kultur gehört. Es ist einerseits ein Kulturprodukt und wird im Laufe der schöpferischen Leistung der Menschen produziert. Andererseits sind Filme gleichzeitig ein Wirtschaftsgut: sie werden gegen Entgelt gezeigt, durch Urheberrecht geschützt und mit dem Ziel vermarktet, maximalen Gewinn zu erzielen. Filme sind ein Produkt der Filmindustrie oder Kulturindustrie, was wiederum ihre Dualität unterstreicht: „From the pulp press of New York to the film and TV studios in Hollywood ... the ‘culture industry’ can thus be construed as one promotional vehicle: a functionally independent complex within which is incidental as advertising and what is ostensibly its primary content“ (Wernick, 1991: 100).

Außerdem gehören Filme als Ware zur Welt der *community sign*, was bedeutet, dass sie bestimmte Bedeutungen und Symbole übertragen und zur Befriedigung der Wünsche und Bedürfnisse der Menschen geeignet sind. Das Erkennungszeichen, das dem Zuschauer signalisiert, dass ein Film zu Befriedigung seiner Motive taugend ist, dient die Gattung – oder eine Klassifikation, die von Filmevermarktern und Zuschauern akzeptiert wird und bestimmte Komponenten wie - zum Beispiel - Stil, Richtung des Handlungsstrangs, prototypische Charaktere vorwegnimmt (vgl. Bondebjerg 2015).

Wie die meisten Produkte, benötigen Filme Werbung, um verkauft zu werden. Ein mögliches Werbemittel ist der Filmtrailer oder die Vorschau auf die kommenden Vorführungen, die den Zuschauern eine Vorstellung über den Film durch eine übertriebene Demonstration der Elemente, die diesen Film einschließlich seiner Gattung konstituieren (vgl. Kernan 2004, Finsterwalder et al. 2012). Die Identifikation dieser Elemente schafft eine Basis für Zuschauer-Erwartungen bezüglich des Nutzens des Films für sich selbst, die auf vorherige Erfahrung des Zuschauers mit dieser Gattung beruht.

Obwohl in dieser Funktion der Trailer von den meisten Forschern anerkannt wurde, bleibt das Thema des Einflusses der Gattung und damit verbundenen Zuschauererwartungen auf Inhalt des Trailers in der Produktionsphase relativ unerforscht: „Little research has been done on movie genres in marketing, yet it is

known that genre preference often guides the viewing behaviour of moviegoers. Therefore, effective targeting of movie advertising, particularly movie trailers, seems likely with this method, but is unproven" (Hixson 2005: 211). Außerdem beschäftigen sich die Autoren der Werke entweder mit dem Zuschauerverhalten in Bezug auf Trailer, oder mit der Produktion der Trailer ohne Berücksichtigung der konkreten Gattung und Zuschauererwartungen, ohne diese Themen in Verbindung zu betrachten. Eine Forschungslücke besteht in der Frage, ob auch die Subgattung des Filmes, und nicht nur die Gattung, als Einflussfaktor auf den Inhalt des Trailers dienen kann.

Daraus resultieren folgende Fragen, die als Basis für die Erstellung der vorliegenden Arbeit und Formulierung der forschungsrelevanten Fragestellung dienen:

- 1) Wird die Differenz in Zuschauererwartungen gegenüber den unterschiedlichen Subgattungen in der Produktionsphase des Trailers wahrgenommen?
- 2) Welche Elemente im Trailer sollen vermitteln, dass der Film den Zuschauererwartungen gegenüber seiner Subgattung entspricht?

Das Ziel dieser Arbeit ist, den Einfluss der Subgattung des Filmes, zu dem der Trailer produziert wurde, auf Inhalt des Trailers als Ergebnis der Produktion zu erforschen.

Die Arbeit ist in drei Kapitel gegliedert. Im ersten Kapitel wird der theoretischen Rahmen präsentiert, im zweiten der Forschungsstand, wo auch die wichtigsten Begriffe und Thematiken der Forschung zum Thema Filmvermarktung angeführt werden, um im letzten Kapitel die empirische Untersuchung mit dem Ziel, unter Zuhilfenahme der Ergebnisse der vorherigen Kapitel die Forschungslücke zu schließen.

Der theoretische Teil ist in drei Phasen gegliedert. Zuerst wird der Nutzen- und Belohnungsansatz innerhalb der Medienforschung erklärt, danach folgt die Verwendung des Ansatzes der Forschung über Horrorfilme, abschließend werden subgattungsspezifische Nutzungsmotive erläutert.

Das zweite Kapitel zum aktuellen Forschungsstand setzt sich mit folgenden Themen auseinander: Geschichte und Charakteristik der Horrorgattung und Subgattungen, Mittel des Erschreckens als Erfüllung des Hauptmotives des Horrorfilmschauens, die aus Filmen übernommen und in Trailern verwendet werden sowie der Wirkung die Wirkung dieser Trailer.

Im empirischen Teil werden zuerst die Forschungsfrage und die Hypothesen formuliert, danach die Methode präsentiert und schließlich das Vorgehen der Analyse, Pre-Test und Auswertung beschrieben. Zuletzt werden die Ergebnisse interpretiert und ausgehend von den daraus gemachten Schlussfolgerungen die formulierten Hypothesen überprüft sowie die forschungsleitende Frage beantwortet.

Im Anhang befinden sich das Codebuch mit Kategoriensystem und Codieranweisungen, SPSS-Tabellen sowie Abstract auf Deutsch und Englisch.

2. Erkenntnisinteresse und theoretische Rahmen

2.1 Nutzen- und Belohnungsansatz Ansatz in Medienforschung

Der Versuch, mögliche Medien-Konsummotive zu systematisieren, wird meist im Rahmen der Forschungen zum Thema Nutzen- und Belohnungsansatz unternommen. Seine Anhänger nehmen an, dass die Zuschauer eine einzigartige Kombination sowohl durch ihre psychologischen und sozialen Bedürfnisse als auch Erwartungen bezüglich ihrer Erfüllung durch Medienkonsum haben (Hall 2005: 377). In diesem Ansatz übernehmen Medien eine passive Rolle und werden als Objekt der Handlung betrachtet – der Zuschauer entscheidet, welche Medien und auf welcher Weise er konsumiert. McLeod und Becker (1981) haben die Theorie durch folgende Charakteristiken beschrieben:

- Die Zuschauer sind aktiv
- Medienkonsum ist zielorientiert
- Medienkonsum befriedigt verschiedene Bedürfnisse der Zuschauer
- Die Zuschauer können ihre Motive des Medienkonsums artikulieren
- Die Belohnung stammt aus Medieninhalt, selektiver Medienverwendung und ihrem sozialen Kontext

Als Basis für Evaluierung der Nutzen und Belohnungen wird oft das Verhalten der Zuschauer gegenüber den Medien gewählt. Rubin (2002) unterscheidet zwischen den ritualisierten und instrumentalen Richtungen des Medienkonsums: „ritualized and instrumental media orientations tell us about the amount and type of media use and

about one's media attitudes and expectations" (Fortunado 2005: 28). Im Fokus des ritualisierten Medienkonsums steht das Medium selbst, und nicht sein Inhalt. Er ist durch Gewohnheiten und Lebensstil der Zuschauer geprägt, kann als eher passiv und nicht selektiv beschrieben werden und kann eine Reihe sowohl kognitiver als auch affektiver Motive befriedigen (vgl. Rubin 1964). Die instrumentale Richtung setzt die Präferenz des Inhaltes oder eines konkreteren Programms für Zuschauer voraus. Dieser Typ des Konsums ist sehr selektiv und zielorientiert mit Fokus auf Befriedigung des Informationsbedarfs (vgl. ebd.).

2.1.1 Struktur und Komponente

Das Verständnis der Terminologie und der Mechanismen des Ansatzes ist für die Zielsetzung und Ablauf dieser Arbeit wichtig.

Laut Lin (1999) können folgende Komponente des Ansatzes definiert werden: Bedürfnisse, Motive, Motivationen, Aktivität, Nutzen, Belohnungen. Ihr Zusammenhang wird in Abbildung 1 veranschaulicht.

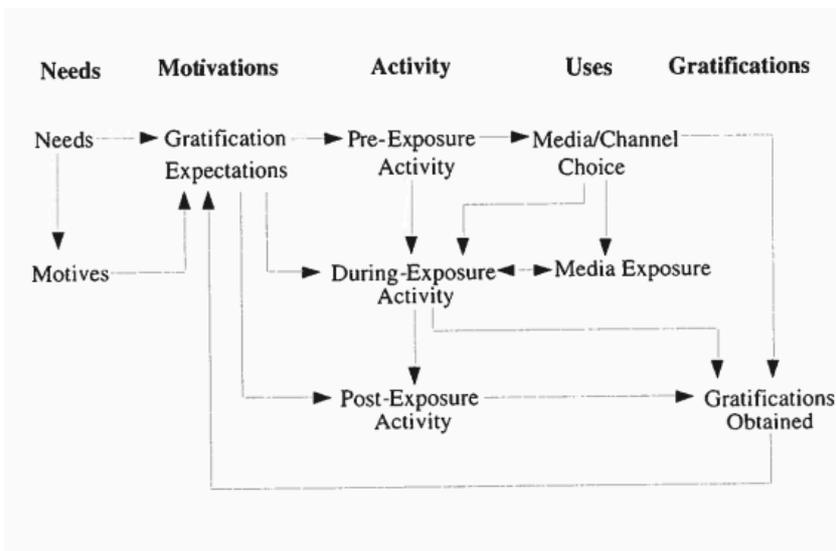


Abbildung 1 Schema des Nutzungs- und Belohnungsansatzes (Lin 1999: 202)

Bedürfnisse der Mediennutzung gehören zu der Klasse der Bedürfnisse an der Selbstverwirklichung nach Maslow (vgl. Lin 1999; Maslow 1970). Sie können auf folgende Weise klassifiziert werden (Katz, Haas & Gurevitch 1973: 166ff):

1. Kognitive Bedürfnisse beziehungsweise Bedürfnisse nach Stärkung der eigenen Kenntnisse, des Verständnisses und Information

2. Affektive Bedürfnisse beziehungsweise Bedürfnisse nach Stärkung der ästhetischen, unterhaltsamen und emotionalen Erfahrung
3. Integrative Bedürfnisse beziehungsweise Bedürfnisse nach Stärkung der Glaubwürdigkeit, des Vertrauens, der Stabilität und des Status
4. Bedürfnisse nach Stärkung der Verbindung mit der eigenen Familie, Freunden und der sozialen Umwelt allgemein
5. Bedürfnisse nach Flucht und Entspannung

Motive können als Lüste definiert werden, die von den bestimmten Bedürfnissen verursacht wurden und entweder Erfüllung oder Verminderung benötigen (vgl. Lin 202).

Mehrere Klassifikationen der Motive sind möglich. Laut Harwood ist es sinnvoll, die Motive mit Hilfe von Niveaus einzustufen (Harwood 1999: 123):

1. Motive auf dem individuellen Niveau. Beispiel: Informationssuche
2. Motive auf interpersonellem Niveau. Beispiel: ein Programm sehen, um dessen Inhalt mit Kollegen besprechen zu können
3. Motive, die von sozialer Identität abhängen.

Rubin (1983) und Lin (1993, 1999) haben folgende Dimensionen von Motiven angeführt:

- Streben nach Unterhaltung
- Beobachtung – Streben, sich über Ereignisse und Nachrichten auf dem Laufenden halten
- Information – Wunsch, über interessante und hilfreiche Dinge sowie Themen zu erfahren
- Abwechslung und Flucht – Wunsch, sich von der Welt und den täglichen Problemen zu erholen
- Soziale Interaktion – Wunsch, Medien zu konsumieren, um etwas mit anderen besprechen zu können
- Parasoziale Interaktion – das Gefühl des Engagements mit einer Medienfigur durch Mediennutzung
- Identität – Stärkung des eigenen Wertsystems und Selbstbildes
- Zeit verbringen – Wunsch, Langweile zu entgehen
- Gesellschaft – Versuch, das Gefühl von Einsamkeit zu mindern

Motivationen können als Verstärker oder Belohnungen definiert werden, welche von der Person wahrgenommen werden und sie inspirieren, ein Medium zu konsumieren (vgl. Lin 1999: 203). Sie sind auch unter dem Namen „**erwartete Belohnungen**“ bekannt (vgl. Palmgreen 1984). Die Motivationen beinhalten sowohl kognitive Erwartungen bezüglich der möglichen Belohnung als auch affektive, emotionale Voraussetzungen für Streben nach dieser Belohnung.

Die **Aktivität** beschreibt drei Typen der Handlungen, die eine Person gegenüber einem Medium unternehmen soll. Die Aktivität vor der Aussetzung bezieht sich auf Handlungen, welche die Person als Vorbereitung für Medienkonsum unternimmt. Danach folgt die Aktivität während der Aussetzung, die das Niveau des Engagements einer Person im Laufe des Medienkonsums beschreibt. Die Aktivität nach der Aussetzung beschreibt die Langzeiteffekte von der Mediennutzung und Akkumulation der daraus gesammelten Erfahrung (vgl. Lin 1999: 204).

Unter **Nutzen**, oder Uses, versteht man die Wahl des Mediums, dem sich die Person während der Verwendung aussetzt sowie Dauer dieser Aussetzung. Und schließlich bedeutet die **Belohnung** Grad und Typ der Erfüllung jener Bedürfnisse, die den Prozess des Medienkonsums initiiert haben (vgl.ebd).

Weiterhin werden nicht nur die Bedürfnisse und Motive der Wahl bestimmter Subgattungen der Horrorfilme analysiert, sondern auch Mittel, die in Filmtrailern verwendet werden um zur erwarteten Belohnung beitragen zu können.

2.1.2 Zeichen- und Unterhaltungswert der Gattung

Den Motiven der sozialen Identität zugrunde liegen nicht nur persönliche Eigenschaften des Menschen, sondern auch Zeichenwert („sign value“) des Mediums, das als Indikator einer bestimmten sozialen Rolle oder Angehörigkeit einer sozialen Gruppe gilt (vgl. Gottdiener, 1985; Hall, 2007). Das betrifft nicht nur Medien im Allgemeinen, sondern auch Gattungen: „Since genres emerge within a social context, genre categories are never merely descriptive. They come...„fully loaded“ ... with political and social implications. Implicit in genre categories are assumptions about the audience and about the relative worth of the genre“ (Hall 2007: 260).

Außerdem sprechen die Kommunikationsforscher über den Unterhaltungswert eines Filmes, welcher mit den hedonistischen Motiven, dem Streben nach Unterhaltung, und der Gattung unmittelbar verbunden ist. Hixson (2005) betont, dass die Gattungspräferenz die erwartete Belohnung und den Unterhaltungswert vorbestimmt, die der Zuschauer aus dem Filmschauen zu bekommen erwartet. Und umgekehrt, wenn Zuschauer Abneigung gegen eine gewisse Gattung empfinden: dies führt zu niedrigem Unterhaltungswert und oft ungenügender erwarteter Belohnung, was eventuell sogar den Filmkonsum verhindert (vgl. ebd.).

Das betrifft unter anderem die Horrorgattung. Im nächsten Unterkapitel werden die Belohnungen und Motive betrachtet, die nur für Horror und seine Zuschauer spezifisch sind.

2.2 Nutzen- und Belohnungsansatz in Horror

2.2.1 Persönliche Eigenschaften als Einflussfaktor

Es gibt keine universelle Antwort auf die Frage, was Menschen motiviert, Horrorfilme zu konsumieren. Obwohl verschiedene Erklärungen dargelegt wurden, treffen sie nur auf eine begrenzte Anzahl der Zuschauer zu und lassen keine eindeutigen Gesetzmäßigkeiten über psychologische und soziale Merkmale der Zuschauer entwickeln.

Nichtsdestoweniger werden einige Theorien innerhalb der Forschung des Horrorfilmkonsums als Grundlage bevorzugt. Darunter auch jener Ansatz, der besagt, dass der Konsum durch Bedürfnis nach dem psychologischen Arousal, oder Aktivierung stimuliert wird (Zuckerman, Kolin, Price & Zoob 1964; Zuckerman 1996; Tamborini & Stiff 1987, Lawrence & Palmgreen 1996). Manche Zuschauer gewöhnen sich daran, Erregung als Belohnung vom Horrorfilmkonsum wahrzunehmen, und entwickeln so Präferenz für diese Gattung. Solche Personen bezeichnen Forscher als sensation seeker (Tamborini & Stiff 1987: 418, Zuckerman 1979).

Gemäß der Sensation Seeking Scale unterscheidet man zwischen 4 Typen von sensation seeking, welche die Arten der Abhängigkeit einer Person von bestimmten äußeren Reizen beschreibt (vgl. Zuckerman 1996: 148ff):

- 1) TAS – „Thrill and adventure seeking“ – der Bedarf, an gefährlichen Aktivitäten wie verschiedene Extremsportarten teilzunehmen
- 2) ES – „Experience seeking“ – Lust, Erlebnisse durch wenig riskante aber doch unkonventionelle Aktivitäten und durch „mind and senses“ zu sammeln
- 3) Dis – „Disinhibition“ – oder Lust, sich an hedonistischen Aktivitäten wie Parties, Sex, Glücksspiele zu beteiligen
- 4) BS – „Boredom Susceptibility“ - Abneigung gegen Langweile, die aus sich wiederholenden täglichen Aktivitäten entsteht

Alle 4 Dimensionen werden mit Neigung zum Horrorfilmkonsum assoziiert. Die Zusammenhänge können von dem Gender abhängen: Männer korrelieren öfter mit TAS und Dis Dimensionen, Frauen – mit TAS, Dis und BS (vgl. Zuckerman & Litle 1986). Aber die Annahme, dass die Präferenz für grafischen Horror unter Zuhilfenahme dieser Klassifikation erklärt werden kann, wurde nicht bestätigt (Tamborini, Stiff & Zillmann 1987).

Noch eine Eigenschaft, die in Studien über Neigung zu Horrorfilmen als Faktor herangezogen wird ist Empathie oder Reaktion eines Individuums auf die beobachteten Erfahrungen anderer Personen (vgl. Davis 1994). Laut Tamborini (1990) führt ein hohes Niveau der Empathie zu Abneigung gegen Horrorfilme, da solche Zuschauer höchst empfindlich gegenüber Stress und Leiden der Filmcharaktere sind. Das bedeutet aber nicht, dass Zuschauer, die Neigung zu dieser Gattung zeigen, nicht empathisch sind. Tamborini beschreibt sie als „normal people who derive pleasure from the more positive aspects of the viewing situation“ (Tamborini, 1991, p. 325).

Robinson et. al. (2014) haben eine Klassifikation der Zuschauer angeführt, welche die beiden Ansätze zu persönlichen Eigenschaften als Einflussfaktoren vereinigt. Laut ihr sind folgende Gruppen von Zuschauern zu unterscheiden (vgl. Robinson, Callahan & Evans 2014):

- *Adrenaline junkies*. Diese Gruppe ist durch ihre Fähigkeit geprägt, im Laufe des Filmkonsums den Unterschied zwischen Realität und Handlung des Filmes im Kopf zu behalten. Sie identifizieren sich nicht mit den Filmcharakteren und können sich auf das Gefühl von Erregung und Thrill konzentrieren welches

anschließend zu Genuss verarbeitet wird. Gemäß der SSS-Skala von Zuckerman (1996) gehören sie zu den TAS, Dis und manchmal Es Gruppen.

- *White knucklers*. Mitglieder dieser Gruppe sind durch hohes Niveau der Empathie charakterisiert und identifizieren sich mit den Charakteren. Obwohl die Gruppe mit der SSS-Skala nicht gemessen wird, vertreten diese Zuschauer trotzdem sensation seekers und können ihren negativen Emotionen entgegen den Konsum von Horrorfilmen genießen.
- *Detectives*. Im Fokus der Zuschauer aus dieser Gruppe stehen kognitive Herausforderungen, die vom Horrorfilm geliefert werden. Die psychologische Aktivierung entsteht aus Versuchen, Handlungswechsel und das Ende des Filmes nach vorhandenen Hinweisen zu raten. Dabei findet keine Identifikation mit den Charakteren statt. Diese Gruppe korreliert mit ES-Dimension der SSS-Skala.

Laut anderen Forschungen lässt sich noch eine Gruppe der Zuschauer definieren, die als „Grenzprüfer“ bezeichnet werden können. Das sind die Zuschauer, die durch Konsum der Horrorfilme, besonders des grafischen Horrors, ihre Grenzen testen. Sie gestehen, dass sie gewaltsame Szenen mehrmals beobachten können, um mehr über sich selbst und eigene Reaktionen darauf zu erfahren und Wege zur Angst- und Ekelbewältigung zu finden: (vgl. Shaw 2004).

2.2.2 Soziale Motive und demografische Charakteristiken

Viele Motive sind mit Angehörigkeit der Menschen zu verschiedenen sozialen Gruppen und ihrer sozialen Rolle verbunden. Sie können auch von Gender oder Alter abhängen und ändern sich mit der Zeit.

Viele Forschungen haben nachgewiesen, dass Zuschauer, die ein hohes Niveau von Aggressivität demonstrieren, zur selektiven Informationssuche neigen: sie bevorzugen auch TV-Programme und Filme mit hohem Anteil von Gewaltdemonstration. Das betrifft vor allem Kinder und Jugendliche (vgl. Atkin, Greenberg, Korzenny, & McDermott, 1979; Huesmann, Lagerspetz, & Eron, 1984)

Dies liegt daran, dass das Konsumieren von brutalen Horrorfilmen einigen Forschungen zufolge mit Unterdrückung und Einschränkung der Aggression und der sexuellen Impulse unter Jugendlichen verbunden sein kann, die ihren Übergang von „ungetrübter Welt der

Kindheit“ zu „gefährlicher Welt des Erwachsenseins“ begleiten (vgl. Oliver&Sanders 2004: 247). Diese Theorie hat aber keine große Unterstützung seitens anderer Forscher erfahren, da dieser Effekt bei Untersuchungen zum Thema sensation seeking nicht bestätigt wurde (vgl. Oliver & Sanders 2004: 247).

Goldstein, Boyanowsky, Newton und Walster haben auch den Konsum dieser Filmgattung in Verbindung zu Aggressionsbewältigung betrachtet – aber diesmal der Aggression seitens Familie, Umgebung oder Gesellschaft (Goldstein 1975; Boyanowsky, Newton & Walster 1974). Laut ihren Schlussfolgerungen tendieren die Zuschauer, die in ihrem Leben unter diesem Typ der Aggression leiden, dazu, diese Gattung und besonders grafischen Horror zu bevorzugen. Es kann daran liegen, dass die Bedienungen des Filmkonsums – er findet entweder im sicheren Kinosaal oder gemütlichen Zuhause statt – dem Zuschauer erlauben, ihre Angst vor Aggression zu bekämpfen (Oliver & Sanders 2004: 249).

Außerdem kann ein gemeinsames Schauen der Horrorfilme in kleinen Gruppen, z. B. in einer Gruppe der Jugendlichen das Gefühl der Geschlossenheit zwischen Mitgliedern der Gruppe schaffen bzw. stärken, da es sich um ein gemeinsames Erlebnis handelt (vgl. Dika 1990).

Die Neigung zum Konsum von Horrorfilmen hängt nicht nur vom Alter, sondern auch vom Geschlecht ab. Tendenziell schauen Männer mehr Horrorfilme als Frauen, was sich durch traditionelle Gender-Rollen-Sozialisation erklären lässt (vgl. Cantor & Reilly, 1982; Hoffner & Levine, 2005). Männlichkeit wird generell mit Kraft, Aggression und emotionaler Zurückhaltung assoziiert, im Gegenteil zur Weiblichkeit, welche mit Schwäche und emotionaler Spontanität verbunden ist (vgl. Fenigstein & Heyduk 1985; Zillmann 1996). Das übt einen Einfluss auf die Bewertung ihrer Gefühle aus: nach dem Horrorfilm-Konsum berichten Männer normalerweise von einem niedrigeren Grad an Angst und physiologischer Erregung als Frauen (vgl. Cantor & Reilly 1982).

Das Schauen von Horrorfilmen ist auch eine beliebte Aktivität bei Dates (vgl. Harris et al. 2002). Dies lässt sich dadurch erklären, dass dieses Erlebnis eine Demonstration der Geschlechtsrollen unter sicheren, ungefährlichen Umständen ermöglicht, wobei Männer die Rolle des Verteidigers übernehmen, und Frauen ihrer Schwäche zeigen und verteidigt sein wollen (vgl. Zillmann & Weaver 1996; Zillmann, Weaver, Mundorf & Aust

1986). Das Experiment im Werk vom Zillmann et al. (1986) beweist, dass dieses Verhalten eine große gegenseitige Attraktivität innerhalb des Paares fördert.

2.2.3 Mechanismen der Belohnung

Laut Grimm liegt dem Genuss von Horror Filmen das Phänomen des *Unterhaltungsparadox* zugrunde, der darin besteht, dass „etwas unter Bedingungen der Unterhaltung fasziniert, d.h. freiwillig und motiviert aufgesucht wird, was unter normalen Bedingungen negative Reaktionen auslöst“ (Grimm 2016). Carroll in seinem Buch „The Philosophy of Horror“ (1990) setzt sich mit einem ähnlichen Phänomen auseinander und nennt ihn *Horrorparadox* (ebd. 160). Dafür werden einige Erklärungen dargelegt, und jede davon legt einen Teil des Mechanismus der Belohnungs-Erfahrung offen.

1. *Thrill*. Das Horror-Film-Erlebnis ist einer Achterbahnfahrt oder einem Extremsportbetreiben ähnlich, das dabei wegen des Kontrollverlustes dieselbe Emotion freigesetzt wird – der Thrill (vgl. Mikos 1996). Der Mechanismus seiner Erzeugung ist durch folgendes gekennzeichnet:

- a) Bewusste Angst oder mindestens Bewusstsein einer äußeren Gefahr
- b) Man setzt sich freiwillig und gezielt der äußeren Gefahr und der dadurch erzeugten Angst aus
- c) Hoffnung, dass die Gefahr bald vorbei sein wird und man die Angst bekämpfen kann (vgl. Balint o.J. : 23)

Filmkonsum ist eine gute Möglichkeit, Thrill zu erleben, das während des Filmschauens keine richtige Gefahr entsteht und eine Garantie des positiven Ausgangs für den Zuschauer besteht (vgl. Mikos 1996). Laut Mikos bilden Filme als Medium eine Basis für Sicherheitsgefühl, da der Zuschauer an der Handlung nicht teilnimmt und nur beobachtet, dabei aber gleichzeitig eine „realistische Illusion“, die wegen des hohen Involvements des Zuschauers in die Handlung entsteht – alles wird als „quasi real“ wahrgenommen. Auf dieser Basis verwendet der Horror als Gattung eine Reihe von Instrumenten oder „Konventionen“, um Angst und die Illusion von Kontrollverlust zu erzeugen.

2. Das *Flow Erlebnis* und Theorie von Csíkszentmihályi. Die Theorie erklärt, was Menschen motiviert, ohne Belohnung von außen „strapaziöse und mit Einsatz und Opfer verbundene Tätigkeiten“ auszuführen (Csíkszentmihályi 1985: 1). Unter Flow wird der psychologische Zustand von Selbstvergessenheit, voller Konzentration, und das Gefühl der Fähigkeit, die Umwelt zu kontrollieren beschrieben (vgl. Csíkszentmihályi 1985: 216). Dabei ist die Anstrengung oder Herausforderung eine wichtige Komponente, die man mithilfe des „inneren Können“ bewältigt (vgl. ebd. 216). In Flow-Erlebnis resultierte Aktivitäten sind z.B. spielerische oder kreative Tätigkeiten, verschiedene Sportarten, religiöses und rituelles Erlebnis oder jede Tätigkeit, die mit einem befriedigenden inneren Zustand verbunden ist, der „so befriedigend sein kann, dass Menschen um seinetwillen oftmals ein komfortables Leben aufgeben“ (vgl. ebd. 60).

Es gibt auch zusätzliche Elemente, die das Flow-Ergebnis motivieren. Das ist unter anderem die Gefahr (vgl. Csíkszentmihályi 1985). Obwohl Horror-Filme keine reale Gefahr darstellen, schaffen sie mithilfe der bestimmten Instrumenten das Gefahr-Gefühl, Angst und Spannung in Zuschauer. Gleichzeitig ist die Gefahr vorhersehbar und kontrollierbar, was in einem Flow-Erlebnis resultiert. Dies bedeutet, dass Horror-Filme auch als Herausforderung auftreten und durch deren Bewältigung zum euphorischen Flow-Zustand führen können (Grimm, 2016).

3. *Emotionale Befreiung und transaktional verbundenes Syndrom der Unterhaltung* von Werner Früh (2002). Laut Früh kann sich „Unterhaltungserleben auf alle positiven und negativen Emotionen beziehen – es kommt nur auf den Modus an, der zur positiven Emotion transformiert“ (Früh, 2002: 123). Unterhaltung entsteht aus dem transaktionalen Informationsverarbeitungsprozess nach dem sogenannten Fitting-control mit dem Ziel zu überprüfen, ob bestimmte personale, mediale und situative Bedingungen erfüllt werden (siehe Abb. 2) und gleichzeitig die Situation unter Kontrolle der Rezipienten ist. (vgl. ebd.: 240).

Als Grundlage nennt Früh ein Phänomen der Grenzüberschreitung, das Zuschauer 1) als reale oder 2) als involvierte, imaginäre Person betrifft und kann als eine Art „emotionelle Befreiung“ beschrieben werden: durch den unterhaltenden Medienkonsum unter Abwesenheit von gesellschaftlichem Zwang kann der Zuschauer bestimmte Emotionen freisetzen, die er normalerweise aus diesem Grund nicht freisetzen kann oder darf. Im

ersten Fall resultiert die Grenzüberschreitung in sozialer Rollenstressminderung (z. B. wenn ein respektvoller Mensch alleine oder in einem engen Kreis der Freude eine amerikanische Teenie-Komödie anschaut), im zweiten – in eine Emotionsverdichtung oder Emotionsvielfalt, weil vor dem Schirm und „in einer sozial geschützten Situation“ Risiken minimal sind, und deshalb können die Kontrollprozesse auch minimiert werden (vgl. ebd.: 123-125).

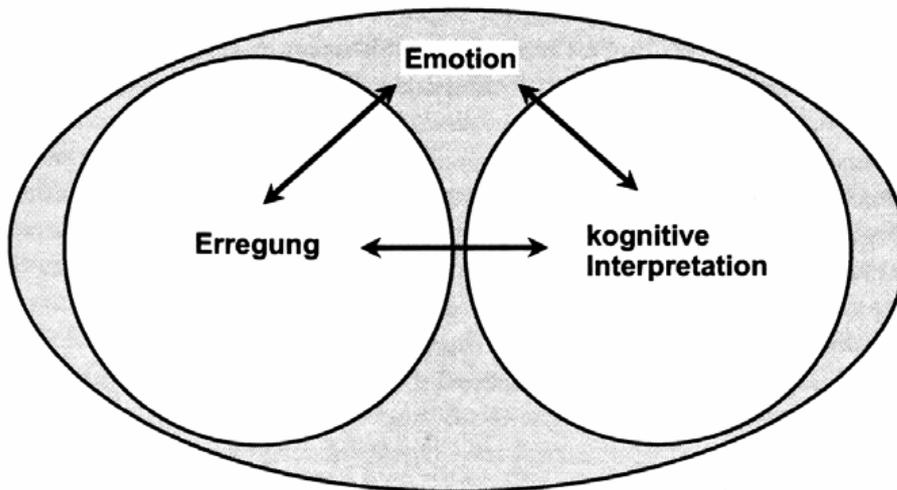


Abbildung 2. Transaktional verbundenes Syndrom der Unterhaltung (Grimm 2016)

Laut Fröh befindet sich Unterhaltung auf „Makroebene“ des Bewusstseins und wird als „tendenziell positives Erleben“ (S. 127) betrachtet, das sowohl positive als auch negative Emotionen auf „Mikroebene“ bezieht. Dadurch können etwa Angst, Wut oder Trauer zu einer generell positiven Empfindung führen.

4. Laut Grimm (2017) hängt die Präferenz zu Horror-Filmen davon ab, ob der Rezipient die Fähigkeit besitzt, Aversion zu Unterhaltung im Laufe des Gefühlsmanagements umzuwandeln und „filminduziertes Arousal vom negativen Gefühlskern zu trennen“ (Grimm 1999: 528). Als *Unterhaltungsverweigerer* bezeichnet er eine Person, bei der die Verarbeitung der aversiven Zustände scheitert oder unmöglich ist; bei den *Unterhaltungstransformierten* ist der Umwandlungsprozess erfolgreich (vgl. ebd. 529) – diese Person hat ähnliche Eigenschaften mit dem *sensation-seeker* von Zuckerman (1979). Bei dem Transformationsbetreiber ist noch unklar, in

welche Richtung die Entwicklung gehen wird. Dieses *Drei-Stadien-Modell der Unterhaltungstransformation* wird im Abbildung 3 veranschaulicht.

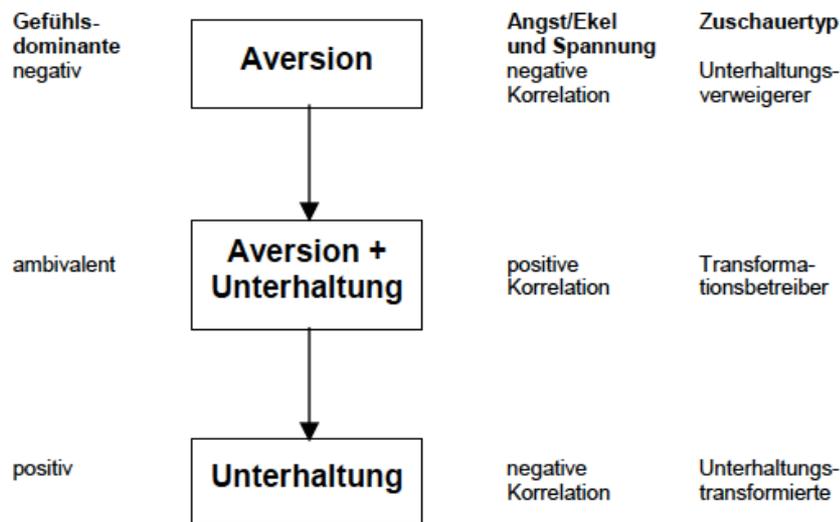


Abbildung 3. *Drei-Stadien-Modell der Unterhaltungstransformation* (Grimm 1999: 529)

3. Forschung zum Thema Horrorfilme

3.1 Geschichte der Horrorgattung und Problem der Definition

Laut Prince gehört Horror zusammen mit Western, Musical und Gangsterfilmen zu den grundlegenden Gattungen der Filmgeschichte (vgl. Prince, 2004: 1). Die Gattung wird durch Folklore, im 18. Jahrhundert populäre Tradition der gotischen Literatur, Grand Guignol Theater, andere phantasmagorische Shows und grausame Ereignisse des realen Lebens geprägt (vgl. Cherry 2009).

Der erste Horror Film "The Haunted Castle" wurde 1896 vom französischen Regisseur Georges Méliès gedreht. Offiziell wurde Horror als Gattung erst in 30er Jahren innerhalb der Kinoindustrie etabliert, zuerst unter Zuschauern und Kritikern in den USA, und danach in allen Ländern, in denen amerikanische Filme vertrieben wurden. Zum Beispiel haben britische Filmzensoren 1933 die neue Klassifikation „H“ speziell für die Gattung eingeführt (vgl. Hutchings 2013). Ein weiterer Meilenstein der Gattungsgeschichte ist mit dem Film „Psycho“ (1960) von Hitchcock verbunden, der durch seine Nutzung von

grafischer Gewalt und den Verzicht, das Böse rational erklären zu wollen, eine Paradigmenwende symbolisiert (vgl. Prince 2004).

Trotz der langen Horror-Geschichte wird man in der Filmforschung mit dem Problem konfrontiert, keine präzise Gattungsdefinition oder universelle Formell für die Filmekategorisierung anbieten zu können. Es liegt an eine große Anzahl an narrativen, ästhetischen und stilistischen Konstrukte und Konventionen vor, mit denen Filme dieser Gattung gekennzeichnet werden. Der Grund dafür ist die oben beschriebene hundertjährige Entwicklung der Gattung in Kino.

Die Horror-Gattung definiert sie als eine Reihe der konzeptionellen Kategorien, die sich ständig entwickeln und überlappen (vgl. Cherry 2009: 3). Dazu gehören:

- Subgattungen, oder „spezifische Traditionen oder Gruppierungen innerhalb der Gattung“ (Neale 2000: 9), die sich durch Handlungsstränge, Thematik und Monstertypen unterscheiden
- Zyklen oder “groups of films made within a limited period of time which exploit the characteristics of a commercially successful film” (vgl. Cherry 2009: 9)
- Hybride oder Rekombinationen, die durch Mischung der Konventionen der Horror und anderer Gattungen entstehen (vgl. Altman 1999: 43)
- Stile, die mit bestimmten Filmstudien oder Filmemachern verbunden sind. Zum Beispiel werden Filme von David Cronenberg als „Body Horror“ bezeichnet, was in weiterer Folge in der Schaffung einer eigenständigen Subgattung gemündet hat (vgl. Cherry 2009: 4)
- Stile, die aus Glauben und Kulturgeschichten verschiedener Länder stammen – der sogenannte „national horror cinema“ (vgl. ebd.)

Ein weiterer Ansatz zur Definition der Horror ist mit der Funktion der Gattung verbunden. Das Konzept von „body genres“ - vorgeführt von Carol J. Clover (1987) und erweitert von Linda Williams (1991) – schließt Gattungen ein, die bestimmte körperliche Reaktionen durch starke Emotionsauslösung im Zuschauer hervorrufen sollen. Darunter werden Melodramen als Auslöser von Tränen, Pornofilme – sexueller Erregung, Komödien – Lachen, und Horror – Zittern, Gänsehaut und Schweiß aufgrund der Adrenalinausschüttung verstanden. Praver (1980) wählt einen ähnlichen Ansatz in

seinem Werk und legt seine Definition der Gattung zugrunde, welche Eigenschaften beschreibt, die zur Auslösung von körperlichen Reaktionen führen.

Horrorfilme nach Praver:

- sind Empfänger der theologischen Wandlungen
- nutzen die Angst vor Verletzung der Privatsphäre aus
- appellieren an Ängste, die aus Basisinstinkten entstehen können;
- artikulieren Schrecken des Alltagslebens und in der Gesellschaft herrschende Besorgnisse
- beuten Ängste vor Konsequenzen von wissenschaftlichen Tätigkeiten aus
- ziehen Zuschauer in eine Mittäterschaft mit Übel oder Irrsinnigkeit hinein
- stellen Verbindung mit dem „Geist des Ortes“ her
- appellieren an die Angst vor Ungewissheit (vgl. Praver 1980)

Außerdem setzt Praver sich mit der Definition von Horror als Begriff im Allgemeinen auseinander und unterscheidet zwischen „horrific“ als Emotion, die sich aus Angst und Ekel zusammensetzt, und „uncanny“ als Kombination von „Scheu und imaginärer Angst“ (vgl.ebd.: 7).

3.2 Subgattungen der Horrorfilme

In Abbildung 3 wird eine Reihe von Subgattungen nach Cherry vorgestellt, die in weiterer Folge für die Kategorisierung der Filme im empirischen Teil verwendet wird. Cherry weist darauf hin, dass dieses Schema das Ziel verfolgt, die Komplexität der Gattung zu veranschaulichen und eine Basis für weitere Klassifikationen zur Verfügung zu stellen. Es besteht auch die Möglichkeit, dass ein Film in zwei oder mehr Kategorien fällt (vgl. ebd.).

Table 1.1 Categories of cinematic horror

The Gothic Films based on classic tales of horror, often adapting pre-existing horror monsters or horrifying creatures from novels and mythology	Slashers Films portraying groups of teenagers menaced by a stalker, set in domestic and suburban spaces frequented by young people, the only survivor a female who (in the early cycles) has not participated in underage sex
Supernatural, occult and ghost films Films that involve interventions of spirits, ghosts, witchcraft, the devil, and other entities into the real world, often featuring uncanny elements	Body horror, splatter and gore films (including postmodern zombies) Films that explore abjection and disgust of the human body, often involving mutation, disease, or aberrant and fetishistic behaviour (for example cannibalism or sado-masochism)
Psychological horror Films that explore psychological states and psychoses, including criminality and serial killers	Exploitation cinema, video nasties or other forms of explicitly violent films Films focused on extreme or taboo subjects, including violence and torture, other controversial subject matter such as Nazi death camps, rape and other sexual assaults upon women
Monster movies Films that feature invasions of the everyday world by natural and secular ^a creatures leading to death and destruction	

Abbildung 4. Horror-Subgattungen (Cherry 2009: 5ff.)

Der im vorigen Unterkapitel dargestellte semantische Ansatz von Prawer lässt sich auch im Modell des emotionalen Affektes verarbeiten, welches die Wirkung der verschiedenen Subgattungen auf Zuschauer beschreibt und sie nach diesem Prinzip in Untergruppen teilt. Obwohl alle Horror-Subgattungen die Emotionen „horror“ und „disgust“ hervorzurufen streben – was Carroll (1990) als Zustand des Art-Horror bezeichnet – neigt jede Subgattung dazu, zu einer der Emotionen mehr zu appellieren als zu anderen, was der beschriebenen Theorie von Clover, Williams und Prawer entspricht. Im Fall von Gore-Filmen sind Abscheu und Ekel dominierend, Slashers – Shock, Ekel und Grauen, bei paranormalen und psychologischen Filmen – Suspense, das Zittern und Gänsehaut verursacht (Cherry 2009: 47).

Die im praktischen Teil dieser Arbeit untersuchte Subgattungen können in zwei Gruppen unterteilt werden: suggestiver Horror, der paranormalen und psychologischen Horror inkludiert, und grafischer Horror, der Slashers und Splatters einschließt. Diese Klassifikation wird auf Basis der verschiedenen Horrortypen von Hanich (2011) und dem Emotionsmodell von Cherry (2009) zusammengestellt.

Suggestiver Horror kann durch überwiegende Verwendung der technischen und narrativen Effekte charakterisiert werden, welche an die Einbildungskraft der Zuschauer appellieren. Gewaltsame Szenen, Monster und Antagonisten werden sehr limitiert und indirect, durch Andeutungen dargestellt, um Suspense und Angst zu erzeugen: „in most cases of suggested horror he or she (the spectator) visually concretizes through

imagination a merely australly present horrific object – and it is precisely this concrete and vividly visualized horrofic object of imagination that scares the viewer” (Hanich 2011: 109).

Im grafischen Horror werden die Effekte bevorzugt, die gewaltsame Szenen, Monster und Antagonisten maximal direkt und präzise demonstrieren. Der Zuschauer ist mit dem Objekt des Horrors direkt konfrontiert, es gibt keine Unsicherheit Bezug auf Ereignisse innerhalb des Filmes (vgl Hanich 2010: 82). Mittels dieser Effekte bestreben Filme in jener Gruppe, Ekel und Schock hervorzurufen.

3.3.Suspense als zentrales Element der Horrorfilme

Suspense oder Spannung ist das zentrale Element im Horror (vgl. Mikos 1996: 46). Suspense kann als “the emotional response that one has to situations in which an outcome that concerns one is uncertain...” (Carroll 1996: 84) definiert werden.

Ortnoy, Clore & Collins (1988: 131) gliedern im Kontext ihrer kognitiven Theorie der Emotionen Suspense in drei Komponenten:

1. Unmut aufgrund der Perspektive von unerwünschtem Ausgang („Angst“ Emotion)
2. Lustgefühl aufgrund der Perspektive von gewünschtem Ausgang („Hoffnung“ Emotion)
3. Der kognitive Zustand der Unsicherheit darüber, welcher Ausgang überwiegen wird

Ein ähnliches Modell wurde von Carroll vorgeschlagen. Nach Carroll entsteht Suspense in Horrorfilmen als Konsequenz von „erotetic narration“ – das Frage/Antwort-Modell der Erzählung (Carroll 1990: 130). Der Zuschauer ist mit einem Handlungswechsel konfrontiert, in dem mindestens zwei Ausgänge möglich sind, die nicht nur durch unterschiedliche Probabilitätsniveaus, sondern auch durch verschiedene moralische Charakteristiken gekennzeichnet werden: „suspense in popular fiction is a) an affective or emotional concomitant of a narrative answering scene or event which b) has two logically opposed outcomes such that c) one is morally correct but unlikely and the other

is evil and likely" (vgl. ebd.: 138). Dabei wird das erfolgreiche Ergebnis für Protagonisten als moralisch richtig bezeichnet, und für Antagonisten als unmoralisch (vgl. ebd.).

Balint, Kuijpers und Doicaru (2017: 178) charakterisieren „suspens“-volle Szenen durch die Anwesenheit dreier Elemente:

1. auslösendes Ereignis
2. resultiertes Ereignis
3. Verzögerung

Die Verzögerung ist der Schlüsselfaktor, welcher Suspense generieren kann. Sie schließt diegetische (in die Handlung integrierte) und nicht-diegetische (außerhalb der Handlung) narrative Elemente ein, die sich vor dem resultierten Ereignis befinden und dessen Aufklärung aufschieben.

Anhand der Beispiele aus der Forschungsliteratur lassen sich folgende Handlungselemente definieren, die Suspense in Horrorfilmen generieren können:

- Monster sind viel stärker und mächtiger als Menschen/Protagonisten, was oft am Anfang des Filmes durch brutale Ermordung eines zufälligen Opfers nachgewiesen wird (Carroll 1990: 139)
- Entdeckung der Existenz des Monsters und Bestätigung von dessen Existenz (vgl. ebd.)
- Konfrontationsszenen zwischen dem Monster und Protagonisten, in denen das Leben letzterer bedroht ist (vgl. ebd.)
- Ereignis oder Ereignisse, die die Wahrscheinlichkeit eines glücklichen Ausgangs für die Protagonisten verringern (vgl. ebd. 140ff). Zum Beispiel eine unbedachte Tat eines der Protagonisten, ein unglücklicher Zufall oder Streit zwischen Charakteren, der zu ihrer Entfremdung und irrationalen Handlungen führt

3.4 Rolle der Filmfiguren

Laut Zillmann können affektive Einstellungen („affective dispositions“) zu einer Person Empathie beeinflussen. (1996: 217). In vielen Formen der Unterhaltung, einschließlich Horrorfilmen, hat es zur Folge, dass die Zuschauer positive Emotionen erleben, wenn sympathischen Charakteren ein gutes Ende widerfährt, und unsympathischen ein

schlechtes. Umgekehrt – beim schlechtem Ergebnis für sympathische Helden und gutem für unsympathischen werden negative Emotionen bei Zuschauern freigesetzt, was emotionelles Engagement derselben gewährleistet: „Strong positive and negative affective dispositions toward the agents in any kind of drama are vital and must be created if the featured events are to evoke strong emotions, great enjoyment included“ (Oliver & Sanders 2004: 250).

Beim Horrorfilmkonsum erleben Zuschauer Erregung und Verzweiflung („arousal“ und „disstress“) in dem Moment, in dem sympathische Charakteren in Gefahr sind. Jedoch führt es bei einem glücklichen Ausgang für sympathische Charaktere zu positiven Emotionen und Spaßgefühl unter den Zuschauern, was durch vorherige Erregung intensiviert wird (Zillmann 1996: 225ff). Laut Zillmann werden Zuschauer durch Konsum des Horrorfilms und Suspense-Erlebnis unter zwei Bedienungen belohnt („experience gratifications“):

1. Der Zuschauer ist sicher, dass Charaktere in Gefahr sein werden
2. Es wird ihnen eventuell gelingen, der Gefahr zu entgehen (vgl. ebd.)

Eine positive emotionale Bindung zwischen dem Zuschauer und dem Protagonisten entsteht, wenn der Protagonist (vgl. Hanich 2010; Plantiga 2009):

- genug Filmzeit besitzt, um dem Zuschauer vorgestellt zu werden und seine Neugier zu befriedigen
- von einem dem Zuschauer bekannten Schauspieler gespielt wird
- äußerlich attraktiv wirkt
- dem Zuschauer ähnliche Charakteristiken wie gleiche soziale Schicht, Gender oder Alter besitzt
- wenn er dem moralischen Wertesystem des Zuschauers entsprechend handelt

Als gegeben hat Zillmann die Situation angenommen, dass Zuschauer Sympathie für Protagonisten und Antipathie gegen Antagonisten haben. Oliver und Sanders (2004) beweisen mit Rücksicht auf andere Forschungen (vgl. Johnston 1990; Johnston & Dumerauf 1995), dass die Zuschauer:

- Protagonisten als unsympathisch wahrnehmen und mit ihrem Tod positive Emotionen erleben, weil sie für ihr unmoralisches Benehmen dadurch „bestraft“

werden. Das sind meistens Charaktere der Slasher-Filme: Jugendliche, die Erwachsenen anlügen, Drogen nehmen, freizügig gekleidet und sexuell aktiv sind

- Und gleichzeitig Antagonisten wegen bestimmter Charakterzügen als sympathisch betrachten und positive Emotionen mit ihrem Sieg als Belohnung erleben. Als Beispiel nennen sie Freddy Kruger und Hannibal Lecter, die böse und gleichzeitig humorvoll, ironisch und attraktiv im Vergleich zu Protagonisten wirken (vgl. Oliver & Sanders 2004: 251-255).

Die von Oliver und Sanders (2004) angeführten Beispiele von Zuschaueremotionen gegenüber den Charakteren sind meist für grafischen Horror kennzeichnend. Im Fokus des Filmes steht der Psychopath und seine Geschichte, wobei andere Charaktere die rein instrumentale Funktion des „Kanonenfutters“ erfüllen. Wenn die Namen des Antagonisten weltweit bekannt sind, sind typische Protagonisten Frauen, die von Clover (1987) als „Final Girl“ bezeichnet werden. Das ist die einzige Frau, die den Zusammenstoß mit dem Antagonisten am Schluss des Filmes überlebt hat. Sie sind Träger von immer ähnlichen Charakteristiken wie anständiges Benehmen im Vergleich zu ihren Altersgenossen, Jungfräulichkeit oder Unisex-Namen (vgl. Clover 2004).

3.5 Mittel der Erzeugung von emotionellen Effekten

In der Horror-Industrie werden eine Reihe von narrativen, technischen und ästhetischen Mitteln verwendet, um sowohl Suspense als auch andere für Horror spezifische Emotionen zu erzeugen. Obwohl jedes Jahr eine große Anzahl von Horror-Filmen produziert wurde, bleiben diese Mittel relativ unverändert und vorhersehbar und dienen deshalb als Merkmale der Gattung (vgl. Carroll 1990: 98). In den nächsten Unterkapiteln werden Beispiele für ihre Verwendung mit dem Hervorrufen von verschiedenen Emotionen und Effekte gezeigt. Jedes dieser Mittel kann in gleichen Maßen auch für Erzeugung anderer Effekte und Emotionen verwendet werden.

3.5.1 Metaphern als narratives Element

Laut Winter (2014) können Metaphern zur Suspense- und Angsterzeugung beitragen, was sie mit der konzeptuellen Metapherntheorie begründet: „Metaphorical linguistic expressions are understood as being motivated by underlying conceptual metaphors.“

Thus, metaphor reaches beyond language, for example, by being expressed in different forms of media” (Winter 2014: 151). Dabei unterscheiden Forscher zwischen „source domain“ und „target domain“, die in direktem Zusammenhang stehen. Der „target domain“ bezieht sich auf ein abstraktes Konzept, das durch „source domain“ – ein konkretes Ereignis, das den Menschen aus ihrer körperlichen und kognitiven Erfahrung bekannt ist – in Form der multimedialen Metaphern geäußert wird (vgl. Johnson 1987; Lakoff 1987). Wegen der psychologischen Effekte, die sie hervorrufen, werden diese Metapher in Kinoindustrie eingesetzt. Beispiele, die im Kontext der Horrorfilme analysiert werden:

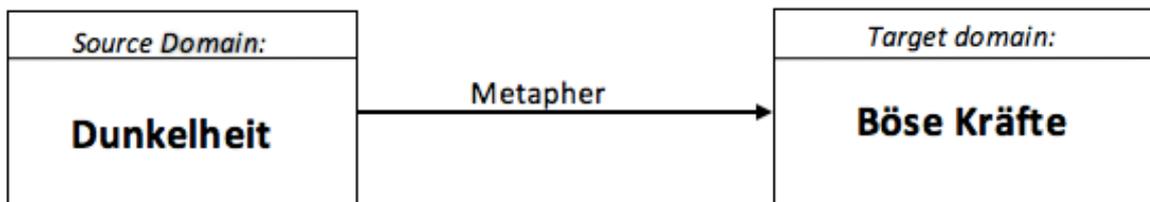


Abbildung 5. Beziehung zwischen source domain „Dunkelheit“ und target domain „Böse Kräfte“, in Anlehnung nach Winter (2014)

Winter hat (2014) viele Forschungen analysiert, welche die Assoziation zwischen Dunkelheit und Gefahr sowie menschlicher Verletzlichkeit bewiesen haben, und hat auch Zusammenhänge in englischen Sprichwörtern und Redewendungen gefunden. Deshalb finden viele Handlungen in Horrorfilmen in einer Umgebung statt, in denen es kein oder nur mangelhaft Licht gibt: verlassene Häuser, im Wald, in der Nacht. Außerdem wird dieses Mittel in Kinoindustrie verwendet, um Kosten für aufwändige „Special-Effects“ zu reduzieren (vgl. ebd.).

- „Böse ist unten“

Laut vielen Experimenten tendieren Menschen dazu, positive Wörter mit höher Position zu verbinden, und negative - mit niedriger (vgl. Meier & Robinson 2004; Crawford, Margolies, Drake, & Murphy 2006). Deshalb beziehen sich viele Sprichwörter im Englisch und vielen anderen Sprachen auf diese Assoziation: „I am feeling down“ oder „Keep your head up“ (vgl. Winter 2014: 152). Die Metapher wird auch in Horrorfilmen verwendet: die Handlung hat eine vertikale Struktur – im Laufe des Filmes gehen die Protagonisten von

oben nach unten, bis zur Lösung, die in unterirdischen Laboratrien, Kellern, Katakomben spielt. (vgl. end.) Diese Metapher kommt oft paarweise mit der Dunkelheitsmetapher.

3.3.2 Grenzüberschreitung als narratives Element

Laut Pinedo (1996) können als postmoderne Horror-Filme alle Horror-Filme bezeichnet werden, die nach 1986 produziert wurden. Sie sind durch folgendes konstituiert:

1. Brutale Zerstörung der Alltagswelt innerhalb der Handlung
2. Grenzüberschreitung
3. Anzweiflung der Rationalitätsgültigkeit
4. Keinen narrativen Abschluss
5. Die Zuschauer erleben Angst, die kontrolliert wird (vgl. Pinedo 1996: 20)

Das letzte Element bezieht sich auf das Unterhaltungsparadox und dessen Lösungen. Das Phänomen der Grenzüberschreitung trägt in gleichem Maße wie klassische Elemente zur Konstruktion von Suspense bei Horror-Filmen bei.

Bei Grenzüberschreitung geht es darum, traditionelle Paradigmen zu verletzen. Das betrifft vor allem die klassische narrative Struktur: wenn ein Film mit dem Sieg der Protagonisten über das Monster und damit des Guten über das Böse endet. Beim postmodernen Paradigma sind die Grenzen zwischen Gut und Böse nicht unbedingt immer leicht erkennbar, und der Sieg der Protagonisten kann nicht als vorrausgesetzt betrachtet werden (vgl. ebd. 22).

Das betrifft auch klassische metaphorische Elemente: damit verbundene Assoziationen und Bedeutungen werden in postmodernen Horrorfilmen verzerrt oder entfremdet. (vgl. ebd.: 22). In allen „Paranormal Activity“ Filmen – einem typischen Beispiel eines postmodernen Filmes - finden die Angriffe der paranormalen Erscheinungen am Anfang nur in der Nacht statt, was den Assoziationen mit der Metapher „Dunkelheit“ entspricht. Kurz vor oder nach der direkten Konfrontation der Protagonisten mit den Erscheinungen finden paranormale Aktivitäten sowohl in der Nacht als auch am Tag statt. Dies hat die Erzeugung von Suspense zur Folge: einerseits widerspricht es den Regeln der klassischen Lichts- und Dunkelheitsmetapher nach Winter (2014), andererseits verweist es auf die

Stärkung des Antagonisten und trägt dadurch zu dem Frage-Antwort Modell der Erzählung bei.

3.3.2 Technische Elemente

Die Kombination dieser technischen Mittel - Kameraarbeit, Licht, Musik, Spezialeffekte, verschiedene narrative Elemente, Handlung und Filmfigurendarstellung – wird traditionell bei Horror-Filmen verwendet, um emotionelle und auch physische Reaktionen der Zuschauer hervorzurufen.

- Licht und Farbe

Viele moderne Horror-Filme haben stilistische und technische Mittel übernommen, die im deutschen Expressionismus entwickelt und verwendet wurden. Das ist unter anderem Chiaroscuro-Lichteffekt, der sich durch Hell-Dunkel-Kontraste auszeichnet (vgl. ebd.: 62). Der Effekt ist traditionell dazu geeignet, die Aufmerksamkeit des Zuschauers auf bestimmte Einzelheiten zu lenken, die den krankhaften psychischen Zustand der Charaktere oder eine mysteriöse Atmosphäre des Films vermitteln sollen (vgl. ebd.: 62-65). Als Grundlage des Effektes dient oft die konzeptionelle Metapher der Dunkelheit. Abbildung 6 dient als Beispiel der Effektverwendung.



Abbildung 6. Chiaroscuro-Lichteffekt in „Insidious“ (2010) (Toomblog 2011)

Das zweite Mittel mit dem gleichen Zweck ist Dutch Angle, oder eine Technik bei der “the camera is tilted to the side so that the resulting shot is skewed at an angle and the floor or horizon is off the horizontal” (ebd.:65). Die Technik wird auch für Übertragung von Desorientierung oder psychischer Unruhe verwendet, einschließlich Verrücktheit oder Schock, oder weist, wie in Abbildung 7 ersichtlich, auf Präsenz einer dämonischen Kraft hin, was Horror in Zuschauern hervorrufen soll. (vgl. ebd.).



Abbildung 7. Dutch Angle und Präsenz der dämonischen Kraft in „American Horror Story“ (2011) (IMDb)

Außerdem werden bestimmte Farbschemata zu dem Zweck der bestimmten Effekterzeugung bevorzugt (vgl. Cherry 2009: 73-85):

1. Kalte, trübselige Farben für Widerspiegelung einer traurigen Atmosphäre oder der kranken oder missmutigen Persönlichkeit eines der Charaktere (wie in „The Curse of Frankenstein“ (1957))
2. Schwarz-weiß – für Intensivierung des Paranoiagefühls und für Kreation der subjektiven, irrealen Welt („Eraserhead“ (1977) und „Pi“ (1997))
3. Kombination von Blau, Rot und Gelb (Golden) – für Übertragung und Intensivierung des nervösen Zustandes und Aufgeregtheit eines Charakters („Suspiria“ (1977), „The Neon Demon“ (2016))



Abbildung 8. Rot-Blau-Geld als Indikator des psychologischen Zustandes der Protagonistin in „The Neon Demon“ (2016) (IMDb)

- Sound Design

Anhand Hitchcock's Filmen „Psycho“ und „The Birds“ illustriert Cherry die Wichtigkeit von Musik und Sound Design in Horrorfilmkonstruktion und Vielfaltigkeit ihrer Nutzung. Als Beispiele der Verwendung seien genannt:

1. Lange, tiefe Töne – für Suspense-Erzeugung
2. Staccato-Rhythmen (wie in „Jaws“ (1975) – für Steigerung der Spannung
3. Orchester- oder Rock-, Goth- und Metalmusik – für Erzeugung bestimmter Stimmung
4. Heitere Musik in grausamen Szenen – für Dissonanz und Grenzüberschreitung
5. Lange Stille vor plötzlicher Unterbrechung – für Spannung und Erschrecken
6. Sich wiederholende Töne - als Signal von Gefahr (vgl. Cherry 2009: 68-73)

Da diese Mittel als Merkmal der Gattung und von grausamen Szenen gelten, sind sie den Horrorfans unbewusst bekannt, was zu einer automatischen Erzeugung von Spannung führen kann (vgl. ebd.).

- spezielle Effekte

Obwohl es Typen von Horror-Filmen gibt– zum Beispiel psychologischer Horror – die Suspense nur mithilfe von begrenzten kinematografischen Mitteln wie Musik, Sound Design und Licht generieren können, ist der Erfolg anderer Subgattungen wie Splatter oder Gore-Horror von Benutzung spezieller Effekte abhängig. Ihr Ziel kann darin bestehen, nicht nur Angst, sondern auch ein für die Subgattung spezifisches Gefühl (wie Ekel) zu wecken. Deshalb werden innerhalb von Horror mithilfe spezieller Effekte Verletzung der Körperteile, Blut oder unglaubliche Körpertransformationen demonstriert (vgl. Cherry 2009: 80-85). Im Folgenden werden solche Effekte als viszerale Effekte bezeichnet, oder Effekte, die ein explizites und invasives Bild des menschlichen Körpers präsentieren (vgl. Smit 2013).

- Shock cuts

Schock cut ist ein Filmschnitt, wobei zwei radikal unterschiedliche Szenen gegenübergestellt werden, um die Zuschauer zu schockieren (vgl. Diffrient 2004: 52). Wie im Fall der speziellen Effekte besteht das Ziel der Technik darin, dass der Zuschauer Schock auf physischem Niveau durch Adrenalinausschüttung erlebt. Der stärkste Suspense-Effekt wird erreicht, wenn ein Schock cut nach einer Plansequenz („long take“) platziert wird, so dass die Zuschauer eine Weile angespannt bleiben und danach Schock erleiden unabhängig davon, ob sie den Schock-Cut erwarten oder nicht (vgl. Cherry 2009: 85-88).

4. Trailer-Wirkung

Kernan hat Trailer definiert als “a brief film text that usually displays images from a specific feature film while asserting its excellence, and that is created for the purpose of projecting in theaters to promote a film’s theatrical release” (Kernan 2004: 1). Da Filme normalerweise einen kurzen Vorführungszeitraum haben und sich über ihren Kassenerfolg schon nach der ersten Woche urteilen lässt, hängt das Ergebnis von der Effektivität ihrer Pre-Release-Werbekampagnen ab (vgl. Joshi & Hanssens 2009). Mehrere Forschungen im Bereich Kinowerbung und Kinoindustrie haben nachgewiesen, dass Trailer eines der effektivsten Werbemittel sind, die zum Erfolg des Filmes in deren erster

Vorfürhungswoche und bis zu ein Drittel des Box Office Umsatzes beitragen können (vgl. Acland 2003; Gray 2010; Flanagan 2012).

Da Filme zu hedonistischen Produkten zählen, werden sie durch die Evaluation eines Trailers durch dessen Zuschauer und seine Wirkung beeinflusst: er soll eine affektive und emotionelle Reaktion auslösen (Batra and Ahtola 1991; Berlyne 1970). Weitere Wirkungsfaktoren sind Interessantheit oder kreative Charakteristiken des Trailers, die ihn spannend und optisch ansprechend für Zuschauer machen (vgl. Olney et al. 1991; Janiszewski 1998).

Da Trailer normalerweise vor der Vorführung eines anderen Films nacheinander gezeigt werden, sollen sie bestimmte Aufgaben erfüllen: 1) Der Konkurrenz zu anderen Trailern bestehen 2) das Interesse der Zuschauer für einen anderen Film in das Interesse für den vom Trailer präsentierten Film zu konvertieren. Dabei erfüllen Trailer die Funktion des „freien Samples“, das die Information über Gattung, Plot und andere Charakteristika des beworbenen Filmes kommuniziert. Mit Hilfe des Trailers bilden potenzielle Zuschauer ihre Erwartungen über einen Film als Produkt und stellen sich seine ideale imaginäre Version vor, die Funktion eines Anhaltspunktes im Prozess des zukünftigen Filmkonsums erfüllen wird (vgl. Zeithaml et al. 1993). Kernan führt drei rhetorische Schlussfaktoren an, die Filmerwartungen der Zuschauer beeinflussen können: Gattung, Plot und Filmstars (vgl. Kernan 2004: 14). Finsterwalder et al. (2012) schlägt ein ähnliches, aber detaillierteres Modell vor, das diese Schlussfaktoren in Komponenten zerlegt, die sich ihrerseits auf Filmqualität und Inhalt als Beeinflusser der Filmerwartungen beziehen (siehe Abb.6).

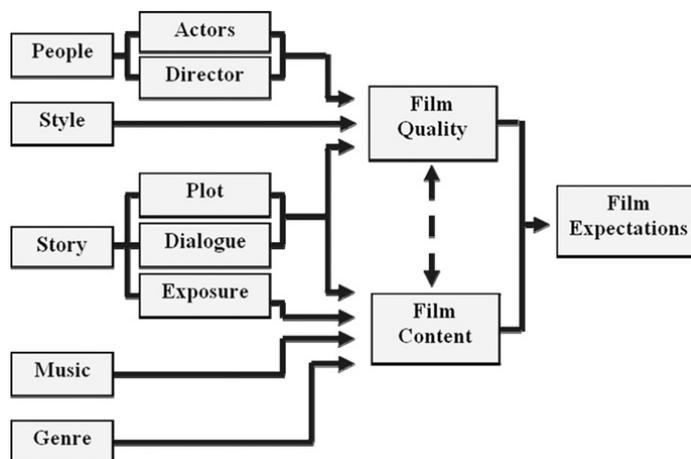


Abbildung 9. Beeinflusser der Filmerwartungen in Trailer (Finsterwalder et al. 2012: 593)

Da sich diese Arbeit mit den Motiven des Horrorfilmkonsums auseinandersetzt, ist der Faktor der Gattung entscheidend, der sich auf Präferenzen der Zuschauer, ihre Wünsche und erwartete Belohnung stützt (vgl.ebd.). Wie in Kapitel 1 erwähnt wurde, bringen Zuschauer bestimmte Gattungspräferenzen mit sich, die diese zur Realisierung ihres erwünschten Nutzens als am besten geeignet erachten, was wiederum die Filmwahl beeinflusst (vgl. Hixson 2005: 211). Ein Zusammenhang besteht zwischen Erwartungen der Zuschauer bezüglich der Gattung und ihrer Darstellung im Trailer. Einerseits sollen die Filmvermarkter nach zutreffender Darstellung der Gattung streben, damit sich die Zuschauer realistische Erwartungen über den Film bilden können (vgl. Bridges 1993). Andererseits appellieren die Filmvermarkter in Trailern an das Vorwissen der Zuschauer und ihre Vertrautheit mit der Gattung, die sie ihrerseits im Prozess des vorherigen Trailer- und Filmkonsums akquiriert haben: „trailers (along with other promotional discourses) have been instrumental in the formation or legitimation of Hollywood genres, steering our interests in a given film into established or emerging generic categorizations and heightening our interest in the genre as a whole, facilitating the film’s positioning as a commodity“ (Kernan 2004: 14).

Um eine objektive und klare Darstellung der Gattung zu leisten, werden bestimmte Teile des Films („the film's shiniest wares“) genommen und mithilfe Montage, Voice-over Narration, Musik und Grafik überarbeitet (Kernan 2004: 10). Dabei ist das System der „discontinuity editing“ („Sichtbarer Schnitt“) von größter Bedeutung, wobei die eigene narrative Logik des Trailers durch Wechsel, Zusammenschnitt und Abkürzung der Szenen erstellt wird. Folgende Montagetechniken werden beispielweise im Trailer verwendet (Kernan 2004: 10-16):

- Zeigen der Gesichtsausdrücke als Indikator der Erzählfülle eines Films
- Montage mit Kuleschow-Effekt, wobei bestimmte Szenen auf einer Weise zusammengeschnitten sind, die der narrativen Logik des Filmes widerspricht. Daraus resultiert zum Beispiel, dass den Charakteren Emotionen zugewiesen werden können, die sie in der Sequenz nicht erleben, oder ein neuer Handlungswechsel entstehen kann

- „Montages of coming attractions“ (ebd.:11), wobei Szenen eines Filmes, die die Merkmale der Gattung oder Action beinhalten, zusammengeschnitten und hervorgehoben werden
- Andere hervorstechende Montage-Typen, wie Wipes, mit der Funktion, für die Gattung zu werben: “they also can function to promote genre (such as heart-shaped wipes in the classical era or the slamming sound effects which cue action-adventure in the contemporary era) and story features (such as a mirror-cracking wipe in the Casablanca trailer)” (vgl. ebd: 13).

5. Forschungsdesign

Innerhalb der folgenden Kapitel werden die zuvor dargestellten theoretischen Grundlagen empirisch belegt. Die Trailer zu den verschiedenen Subgattungen der Horrorfilme werden mit Hilfe quantitativer Inhaltsanalyse untersucht. Weiters wird die Auswahl des Erhebungsmaterials und der Methode begründet, sowie Pre-Test, Durchführung der Analyse und Auswertung dargestellt.

Mittels formulierter Forschungsfragen wird untersucht, ob es Unterschiede in Verwendung bestimmter narrativer und technischer Elemente in Trailern zu den verschiedenen Subgattungen der Horrorfilme gibt.

5.1 Hypothesen und Forschungsfragen

Da alle Forschungen im Bereich Filmvermarktung und Marketingpsychologie ihre Aufmerksamkeit auf die Rolle der präzisen Gattungsübertragung richten, ist es interessant zu untersuchen, ob und wie die Filmvermarkter die Zuschauererwartungen auch auf Subgattungsniveau zu erfüllen bestreben.

Die forschungsleitende Fragestellung lautet: Gibt es Unterschiede in der Verwendung gattungsspezifischer narrativer und technischer Elemente in Trailern zu den suggestiven und grafischen Horrorfilmen?

Mit Bezug auf theoretische Grundlagen lassen sich folgende Hypothese festlegen:

Hypothese 1: In Trailern zu den Filmen der Subgattungen, die zum grafischen Horror gehören (Slasher, Splatter), werden öfter viszerale und andere spezielle Effekte verwendet,

die körperlichen Verletzung darstellen, als in Trailern zu den suggestiven Subgattungen (paranormalem und psychologischem Horror).

Hypothese 2: In Trailern zu den Filmen der Subgattungen, die zu grafischen Horror gehören, wird die vollständige Gewaltdarstellung mit Hilfe von visuellen Effekten mehr verwendet, als in Trailer zu den suggestiven Subgattungen der Horrorfilme.

Hypothese 3: In Trailern zu den suggestiven Subgattungen der Horrorfilme wird unvollständige Gewaltdarstellung öfter verwendet, als in Trailers zu den Filmen der Subgattungen, die zu grafischen Horror gehören

Hypothese 4: In Trailern zu den suggestiven Horrorfilmen werden die Protagonisten ausführlicher dargestellt, als zu dem Grafischen Horror.

5.2 Methode

Für die Beantwortung der Forschungsfragen und Überprüfung der Hypothesen wird die Inhaltsanalyse in dieser Arbeit als Instrument ausgewählt. Laut Früh kann Inhaltsanalyse als „eine empirische Methode zur systematischen und intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte“ definiert werden (Früh 2017: 127). Sie ist darauf ausgerichtet, mediale Botschaften systematisch zu analysieren, wobei sie auf die für die Forschung wichtigen Elemente reduziert werden, was die Identifizierung der allgemeinen Tendenzen ermöglicht (vgl. Rössler 2017).

Der Vorteil dieser Methode besteht in der sogenannten Non-Reaktivität des Untersuchungsmaterials was bedeutet, dass die analysierten Medieninhalte unverändert bleiben, im Gegensatz zu den Ansichten der Umfrageteilnehmer, die ihre Antworten bei der wiederholten Befragungsteilnahme ändern und anpassen können, woraus ein anderes Ergebnis derselben Forschung resultiert. Gleichzeitig ist die Reaktivität seitens des Codierers selbst zu berücksichtigen, der bei der Kategorienerstellung und Analyse durch sein Profil, Charaktereigenschaften, Einstellungen und Stimmung beeinflusst werden kann. Diese Herausforderung kann durch die Einhaltung der Gütekriterien, ausführliche Definitionen und Einschulung des Codierers bewältigt werden (vgl. ebd: 23ff).

Zu den Gütekriterien der Inhaltsanalyse zählen Reliabilität, Validität und Objektivität. Unter Reliabilität wird die Zuverlässigkeit des Messungsinstrumentes verstanden, die die Wiederholbarkeit des Erkenntnisvorgangs durch andere Forscher garantiert. In dieser Arbeit wird der Pre-Test des Codebuches durchgeführt, um die Reliabilität der Kategorien zu gewährleisten. Die Validität, oder Gültigkeit der Messung, geht teilweise über Reliabilität der Messung hinaus (die sogenannte Analysevalidität) und kann sich auch auf externe Quellen wie frühere Forschungen dieser Art, Expertenmeinungen und Studien anderer Methodik stützen (Inhaltsvalidität, Kriteriumsvalidität, Inferenzvalidität) (vgl. ebd: 216-220). Das letzte Kriterium – Objektivität – kann nur im Sinne der Intersubjektivität und Reflexion erreicht werden (vgl. Früh 2017:30, Rössler 2017:22ff).

Da das Ziel dieser Arbeit darin besteht, Unterschiede zwischen Subgattungen der Horrorfilme und deren Verwendung von verschiedenen technischen und inhaltlichen Elementen zu analysieren und wesentliche Trends daraus zu destillieren, wurde für die quantitative Inhaltsanalyse entschieden. Im qualitativen Vorgehen steht die Individualität jeder Analyseeinheit im Fokus. Im Gegenzug dazu berücksichtigt die quantitative Inhaltsanalyse nur für die Forschung relevante Inhalte, um Fragen wie „Sind die Merkmale A, B und Z in bestimmten Textmengen enthalten?“, und „In welchem Umfang, welcher Verteilung etc. liegen sie vor“ zu beantworten (vgl. Früh 2017: 66ff).

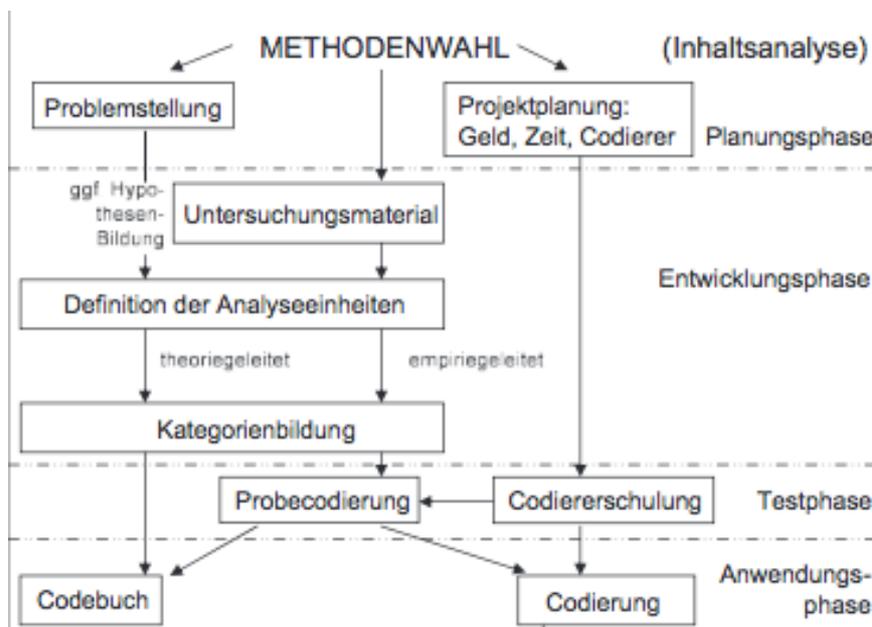


Abbildung 10. Durchführung der Inhaltsanalyse im sozialwissenschaftlichen Forschungsprozess (Rössler 2017:38)

Die Durchführung der Analyse verlief nach dem Schema von Rössler (siehe Abb. 10). Im Folgenden wird die Entwicklungsphase der Forschung beschrieben.

5.3 Untersuchungsmaterial

Als Untersuchungsmaterial werden insgesamt 200 Trailer von Horrorfilmen nach deren Angehörigkeit zur bestimmten Subgattungen ausgewählt. Hierbei muss berücksichtigt werden, dass keine ausführliche Klassifikation mit präziser Trennung der Subgattungen möglich ist. Dies resultiert aus der Tatsache, dass die Filmmacher danach streben, Grenzen der Gattung verschwimmen zu lassen und neue Effektmodelle zu testen. Deshalb werden die Subgattungen von Horror sowie Horror im Allgemeinen mit anderen Gattungen hybridisiert (vgl. Cherry 2009: 3-8).

Im Rahmen dieser Arbeit wurde entschieden, auf Hybridisation von Horror mit anderen Gattungen bei der Auswahl des Untersuchungsmaterials zu verzichten, um zusätzliche Störvariablen zu vermeiden. Danach wird das von Cherry (2009) eingeführte Klassifikationsmodell für primäre Subkategorien der Horrorfilme (Abbildung 4) als Ausgangspunkt ausgewählt. Das Modell basiert auf den am häufigsten innerhalb der Kinoindustrie vertretenen Konventionen und ist relativ flexibel, jedoch sind die erarbeiteten Subgattungen für die Gliederung nach dem erwarteten Effekt auf den Zuschauer genügend.

Alle Filme werden in zwei Gruppen der Klassifikation von Hanich (2010) und Cherry (2009) mit 2 Subgattungen jeweils aufgeteilt, jede Subgattung ist durch 50 Filme vertreten:

1. Grafischer Horror, in dem visuelle Effekte verwendet werden, um bei Zuschauern Ekel als Hauptemotion hervorzurufen – einschließlich Slasher und Splatter. Teilweise können einige der ausgewählten Filme nach einigen Quellen gleichzeitig als Splatter und „Exploitation Horror“ klassifiziert sein. Da die beiden Subgattungen zu derselben Gruppe des grafischen Horrors gehören, wird die Validität der Forschung dadurch nicht beeinträchtigt. Innerhalb dieser Forschung werden sie als Splatter klassifiziert.
2. Suggestiver Horror, vertreten durch psychologischen und paranormalen Horror. Der Effekt – hauptweise das Gefühl von Angst und Suspense - wird durch

Andeutungen mithilfe von narrativem Mittel und technischen Mittel und durch Hervorhebung der Handlung als Schlüsselement mit den Protagonisten in ihrer Mitte erreicht (vgl. Cherry 2009).

Die geschichtete Zufallsauswahl der Filme fand mithilfe der Webseiten IMDb („Internet Movie Database“), Rotten Tomatoes (amerikanischer Review-Aggregator), Auflistungen von Wikipedia, wo Filme nach der Subgattung, Herkunftsland und Produktionsjahr kategorisiert werden, und KinoPoisk – eine russische Datenbank zu Filmen und internationaler Filmproduktion statt. Die Prozedur verlief zweistufig: zuerst wurden die Filme aus der Listen der Wikipedia und IMDb ausgewählt, danach die bekannt gegebene Produktionsinformation mit den Angaben anderer Quelle verglichen. Bei Nichtübereinstimmungen wurde die Handlungsbeschreibung nach Präsenz der inhaltlichen Elemente, welche auf die Angehörigkeit des Filmes zu einer bestimmten Subgattung hinweisen könnte, analysiert. In unklarer Zuordnung wurde auf den Film verzichtet.

Als Abgrenzungszeitraum wurde die Periode 2005-2018 ausgewählt. Zum einen gehören die Filme der Periode, als Filme, die nach 1986 produziert wurden, zum postmodernen Horror (vgl. Pinedo 1996). Zum anderen ändert sich die Popularität der Subgattungen mit der Zeit: Slasher als Subgattung hat den Gipfel der Berühmtheit in 80er Jahren erreicht und blieb populär bis Anfang 2000er (vgl. Harper 2004, Cherry 2009). Splatter und die sogenannten „Torture porn“ Filme werden in 70-er und Anfang 2000-er weit verbreitet, paranormaler und teilweise psychologischer Horror (oft hybridisiert) haben innerhalb der 2010er die Oberhand gewonnen. Diese Schwankungen haben die Anzahl der in der amerikanischen Kinoindustrie jährlich produzierten Filme beeinflusst. Da in dieser Arbeit meistens amerikanische Filme ausgewählt werden, hatte es das Problem zur Folge, dass sich in einem kürzeren Zeitraum nicht genug Erhebungsmaterial für eine quantitative Inhaltsanalyse sammeln lässt. Deshalb wurde für den Zeitraum 2005-2018 entschieden.

Im Fokus dieser Studie stehen meist amerikanische Filme, da sie die größte internationale Distribution genießen und dadurch weltweit bekannt sind (vgl. Decherney 2005). Außerdem kann das Herkunftsland als Störvariable betrachtet werden, da die im Kino des jeweiligen Landes verwendeten kinematographischen Elemente von den klassischen abweichen können: „the diversity that arises from the large number of national horror

cinemas can be considered. These have developed styles and varieties of their own based on their particular cultural histories” (Cherry 2009: 4). Andererseits ist eine reine Abgrenzung auf nur amerikanische Filme unmöglich, da oft zwei oder mehrere Länder an der Produktion teilgenommen haben. In einem solchen Fall wird das Land angenommen, das auf IMDb als erstes Produktionsland aufgelistet wurde. Außerdem werden die Filme anderen Herkunftslandes ausgewählt, wenn sie einen Kult-Status unter Liebhaber der Subgattung - laut oben erwähnten Datenbanken oder wissenschaftlicher Literatur - erreicht und viele Tausende Bewertungen gesammelt haben. Als Beispiel kann der Splatter „A Serbian Film“ dienen, der laut IMDb am 28.07.2018 fast 50.000 Bewertungen bekommen hat.

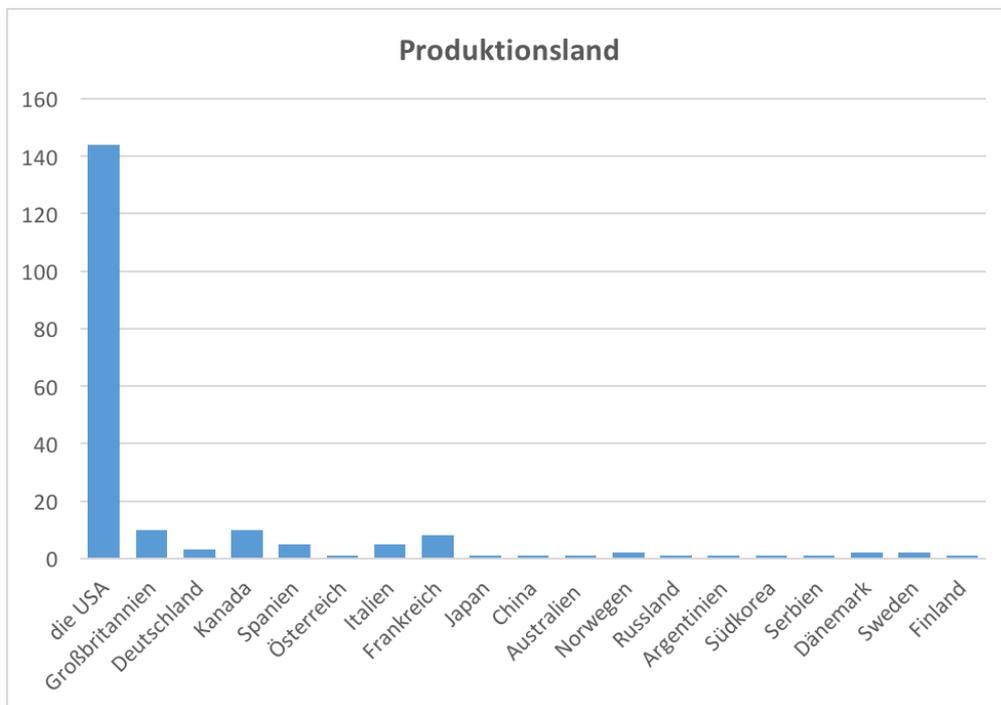


Abbildung 11. Produktionsland des Untersuchungsmaterials – Deskriptive Statistik

Wegen der Schwankungen in der Produktion von Filmen bestimmter Subgattungen werden in jeder Kategorie nicht nur die Filme, für die Aufführung im Kino produziert wurden, sondern auch „Straight-to-DVD“ Filme. Bei der Auswahl wird möglicherweise auf den Sequels und Prequels verzichtet, außer wenn es sich um Filme mit Kult-Status handelte.

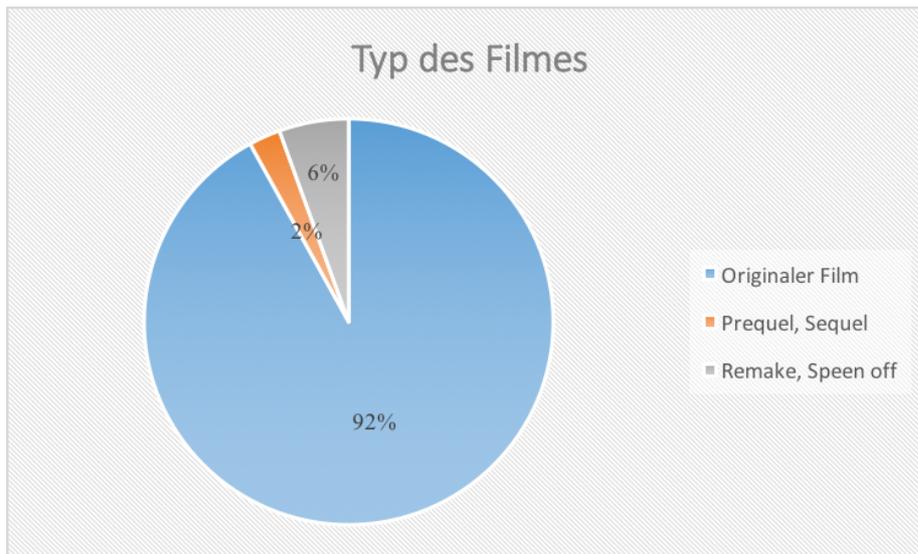


Abbildung 12. Reihenfolge des Untersuchungsmaterials – Deskriptive Statistik

5.4 Definition der Analyseeinheiten und Kategorienbildung

Als weiterer Schritt wurde ein Codebuch erstellt, das wesentliche Angaben zur Analyse und Kategoriensystem - Definition der Kriterien, die an dieses Untersuchungsmaterial anzulegen sind (vgl. Rössler 2017: 22) – mit jeder der für die Kategorie entsprechenden Ausprägungen. Auf ihrer Basis wird das Untersuchungsmaterial analysiert und mit „SPSS Statistics“ Version 23 ausgewertet.

Das Kategoriensystem beinhaltet formale Kategorien, die „physisch manifeste Sachverhalte umfassen“, und inhaltliche Kategorien, welche Bedeutungsdimensionen beinhalten, die „vom Erkenntnisinteresse abhängen und vom Codierer selbst logisch eingeschätzt werden“ (Rössler 2017: 111, 128).

Ebene 1: Formale Kategorien zur Erfassung der Information über Trailern im Allgemein

Kategorien	Ausprägungen
Titel des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird	Hier wird der Titel des Filmes kodiert
Produktionsjahr	Jahr
Link zu dem Trailer	Hier wird der Link zum Trailer kodiert

Subgattung des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird	Paranormaler Horror; Psychologischer Horror; Slasher; Splatter;
Untergruppe der Subgattung des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird	1. Untergruppe: Grafischer Horror(Slasher/Splatter); 2. Untergruppe: Paranormaler und Psychologischer Horror
Produktionsland des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird	die USA, Großbritannien, Deutschland, Kanada, Spanien, Österreich, Italien Frankreich, Japan, China, Australien, Norwegen, Russland, Argentinien, Südkorea, Serbien, Dänemark, Sweden, Finland
Reihenfolge des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird	Originaler Film; Prequel, Sequel; Remake, Spin-off

Ebene 2: Inhaltliche Kategorien zur Erfassung der Gewaltdarstellung im Trailer

Kategorien	Ausprägungen	Kontext/Anmerkungen (Auszüge)
Verwendung visueller spezieller Effekte für die Darstellung der Verletzung der Charaktere /Transformation der Körperteile der Charaktere	Nicht verwendet Einmal verwendet Mehrere Male verwendet	Hier wird codiert, ob und wie oft visuelle spezielle Effekte für die Darstellung der Verletzung/Transformation der Körperteile Krankheit oder Sterben der Charaktere im Trailer verwendet werden. Dazu gehört die Demonstration der Schnittwunden, brutale Abnahme eines Körperteils, Verbrennungen, Schusswunden, brutal gebrochene Knochen, Demonstration der inneren Organe, Demonstration vom Körper getrennten Körperteile, blutige Wunden unklaren Ursprunges, Blut.

Vollständige Gewaltdarstellung	Nicht verwendet Einmal verwendet Mehr mals verwendet	Hier wird codiert, ob und wie oft der vollständige Prozess der Gewaltdarstellung im Trailer demonstriert wird. Unter vollständiger Darstellung wird gemeint, das ein oder mehrere Charaktere physische Schaden erleiden, und der Prozess, die Konsequenz und die Ursache dafür demonstriert werden.
Unvollständige Gewaltdarstellung	Nicht verwendet Einmal verwendet Mehr mals verwendet	Hier wird codiert, ob und wie oft die Gewaltdarstellung unvollständig demonstriert. Unter unvollständiger Darstellung wird gemeint, das ein oder mehrere Charaktere physische Schaden erleiden, aber der Prozess, die Konsequenz und die Ursache dafür werden unvollständig oder nicht demonstriert werden.
Erkennbarkeit des Protagonisten	Ja, erkennbar Nein, nicht erkennbar	Hier wird codiert, ob der Protagonist im Trailer als solcher identifiziert werden kann "Nur anhand" bedeutet, dass man durch bestimmte narrative Elemente (Voice-over, Dialogauszüge, Szenen, die Verhalten der Charaktere miteinander veranschaulichen, Umgebung) im Trailer die Hauptfigur erkennen kann, ohne Filmbeschreibung zu lesen.
Name des Protagonisten	Ja, vorhanden Nein, nicht vorhanden	Hier wird codiert, ob der Name (Vor- oder Nachname) des Protagonisten im Trailer genannt wurde.
Beschäftigung des Protagonisten	Ja, vorhanden Nein, nicht vorhanden	Hier wird codiert, ob die Beschäftigung bzw. Beschäftigungsart des Protagonisten im Trailer erwähnt wurde. „Beschäftigung“ bedeutet entweder den Beruf (Babysitter, Verkäufer, Programmierer, Photograph), andere Beschäftigungsarten (Schüler, Student, Arbeitsloser, Hausfrau usw). Berufsfeld im Allgemeinen (White Collar, Blue Collar usw) gilt auch als Beschäftigung.
Familie des Protagonisten	Ja, vorhanden	Hier wird codiert, ob es etwas über

	Nein, nicht vorhanden	<p>Familienmitglieder des Protagonisten im Trailer erwähnt wurde.</p> <p>Die Familienmitglieder sollen nicht unbedingt direkt als solche genannt werden (zB „mein Sohn“, „Vater“), aber man kann die Angehörigkeit der Charaktere zu einer Familie aus ihrem Verhalten gegenüber einander erkennen.</p> <p>Der Partner/Partnerin des Protagonisten (auch Mann/Frau) wird hier nicht kodiert, sondern in der nächsten Variable.</p>
Liebesbeziehungen des Protagonisten	Ja, vorhanden Nein, nicht vorhanden	<p>Hier wird codiert, ob es etwas über Liebesbeziehungen des Protagonisten im Trailer erwähnt wurde.</p> <p>Unter Demonstration Liebesbeziehungen gilt die Demonstration des Charakters selbst oder durch verschiedenes Mittel wiedergegebene Information (Voice over, Erzählung eines der Charaktere, Fotos, die gezeigt werden) über den Ehe- oder Liebespartner oder das Objekt des Liebes/sexueller Interesse, Erwähnung des Familienstandes.</p> <p>Wenn es erwähnt wurde, dass der Protagonist ledig oder single ist, gilt es auch als Information und kodiert als Ja.</p>
Freunde des Protagonisten	Ja, vorhanden Nein, nicht vorhanden	<p>Hier wird codiert, ob es etwas über Freunde des Protagonisten im Trailer erwähnt wurde.</p> <p>Unter Liebesbeziehungen gilt die Demonstration oder durch verschiedenes Mittel wiedergegebene Information (Voice over, Erzählung eines der Charaktere, Fotos, die gezeigt werden) über Freunde des Protagonisten</p>
Voice-over Narration seitens des Protagonisten	Ja, vorhanden Nein, nicht vorhanden	<p>Als Voice over wird die Erzählung eines Charakters bezeichnet, der in der Szene direkt als diese Worte sprechend nicht demonstriert wird.</p> <p>In dieser Variable wird ausschließlich Voice-over kodiert, die dem Protagonisten gehört. Voice-over seitens anderer Charaktere oder einer Person, die im Trailer nicht teilnimmt („Erzähler“) wird nicht kodiert</p>

Wiedergabe der persönlichen Information über den Protagonisten.	Ja, vorhanden Nein, nicht vorhanden	Hier wird kodiert, ob die persönliche Information über den Protagonisten vom Protagonist selbst, andere Charaktere, Flashbacks oder Voice-over wiedergegeben wird. Zu der persönlichen Information zählt Information über seine Biographie, Leben, Interessen, Hobbys, Pläne für die Zukunft, Gefühle, Values?
---	--	---

5.5 Pre-Test

Um die Intercoder-Reliabilität der inhaltlichen Variablen, oder Verlässlichkeit der Codierung zwischen den Codierern, zu prüfen, wurde der Pretest mit Beteiligung eines zweiten Codierers anhand einer Teilstichprobe aus 20 Trailern, die zufällig ausgewählt wurden, durchgeführt. Die Stichprobe wurde von zwei Codierern unabhängig und getrennt voneinander unter Verwendung des entwickelten Codebuches analysiert. Danach wurden die Ergebnisse durch den Cohens Kappa Koeffizienten interpretiert. Die Interpretation hat auf Grundlage der von Rössler vorgeschlagenen Werte (siehe Abb. 13).

Die Beurteilung von Reliabilitätskoeffizienten kann nur anhand des Schwierigkeitsgrades der jeweiligen Kategorie erfolgen; tendenziell sind für inhaltliche Kategorien Werte ab .80, für formale Kategorien Werte nahe an 1.0 zu fordern. Für den ebenfalls verbreiteten Koeffizienten Cohens Kappa haben sich folgende Interpretationen der Übereinstimmungswerte eingebürgert:

0 – .20	
.21 – .39	minimal
.40 – .59	schwach
.60 – .79	moderat
.80 – .90	stark
.91	perfekt

Abbildung 13. Interpretation der Übereinstimmungswerte Koeffizienten Cohens Kappa (Rössler 2017: 215)

Alle Werte ab 0.60 werden während der Interpretation als Grenzwerte verwendet. Als signifikant werden die Variablen betrachtet, deren Wert unter 0,05 lag ($p < 0,05$). Die Koeffizienten, die nach dem ersten Pre-Test erhalten werden, sind in Abbildung 14 veranschaulicht:

VARIABLE	COHENS CAPPA WERT	SIGNIFIKANZ	ÜBEREINSTIMMUNG
VAR 2	0,722	0,000	moderat
VAR 3	0,617	0,000	moderat
VAR 4	0,364	0,008	minimal
VAR 5	1,000	0,000	perfekt
VAR 6	0,850	0,000	stark
VAR 7	0,746	0,001	moderat
VAR 8	0,534	0,024	schwach
VAR 9	0,643	0,008	moderat
VAR 10	0,658	0,004	moderat
VAR 11	0,883	0,000	stark
VAR 12	0,850	0,000	stark

Abbildung 14. Rehabilitätskoeffizienten und Signifikanz der Variablen

Variablen 4 (Unvollständige Gewaltdarstellung) mit einer minimaler Übereinstimmungswert und Variable 8 (Familie des Protagonisten) mit einer schwacher Übereinstimmungswert wurden nach Ergebnissen des ersten Pre-Tests überarbeitet. Das Objekt der Codierung und die Variable selbst wurden nach der Absprache mit dem zweiten Codierer umformuliert, einige Beispiele und Beschreibungen wurden als Anmerkungen hinzugefügt. Danach fand die zweite Runde des Pre-Tests für die zwei Variablen statt. Ihre detaillierten Ergebnisse zusammen mit den genauen Details zu dem ersten Pre-Test sind im Appendix zu finden.

5.6 Auswertung

Nach dem Ende der Pre-Test-Phase hat die Analyse begonnen. 200 Trailer werden im Laufe der zwei Wochen direkt in Programm „SPSS Statistics V.23“ codiert. Anschließend fand dort die statistische Auswertung statt.

Für die Auswertung der Ergebnisse und Überprüfung der Hypothesen 1,2,3,4 wird der Chi-Quadrat-Test, oder Signifikanztest für Berechnung von Zusammenhängen zwischen zwei kategorialen Variablen, auf Basis einer Kreuztabelle durchgeführt.

Vor der Durchführung des Tests wurden die Hypothesen umformuliert und zusätzlich die Nullhypothesen eingeführt, die keinen signifikanten Zusammenhang zwischen untersuchten Variablen zeigten. Danach wurden die Verteilungen analysiert, um die Richtung des Zusammenhangs zu interpretieren.

5.7 Umformulierung der Hypothesen:

Hypothese 1

Nullhypothese (H0): Es gibt in der Grundgesamtheit *einen* signifikanten Zusammenhang zwischen Verwendung der viszeralen und anderen speziellen Effekte, die körperliche Verletzung darstellen, und Untergruppe des Trailers.

Alternativhypothese (H1): Es gibt in der Grundgesamtheit *keinen* signifikanten Zusammenhang zwischen Verwendung der viszeralen und anderen speziellen Effekte, die körperliche Verletzung darstellen, und Untergruppe des Trailers

Hypothese 2

Nullhypothese (H0): Es gibt in der Grundgesamtheit *keinen* signifikanten Zusammenhang zwischen der vollständigen Gewaltdemonstration und Untergruppe des Trailers

Alternativhypothese (H1): Es gibt in der Grundgesamtheit *einen* signifikanten Zusammenhang zwischen der vollständigen Gewaltdemonstration und Untergruppe des Trailers

Hypothese 3:

Nullhypothese (H0): Es gibt in der Grundgesamtheit *keinen* signifikanten Zusammenhang zwischen der unvollständigen Gewaltdemonstration und Untergruppe des Trailers

Alternativhypothese (H1): Es gibt in der Grundgesamtheit *einen* signifikanten Zusammenhang zwischen der unvollständigen Gewaltdemonstration und Untergruppe des Trailers

Hypothese 4:

Es gibt in der Grundgesamtheit *keinen* signifikanten Zusammenhang zwischen der Ausführlichkeit der Darstellung des Protagonisten und Untergruppe des Trailers

Alternativhypothese (H1): Es gibt in der Grundgesamtheit *einen* signifikanten Zusammenhang zwischen der Ausführlichkeit der Darstellung des Protagonisten und Untergruppe des Trailers

6 Interpretation der Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung aufgezeigt und interpretiert. Die Ergebnisse der Analyse von formalen Variablen sind in Form der Häufigkeitstabellen in Unterkapitel 5.3 (Untersuchungsmaterial) dargestellt und dienen zur formalen Beschreibung des Untersuchungsmaterials. Sie sind nicht direkt mit der Beantwortung der Forschungsfragen und Prüfung der Hypothesen verbunden, können aber bei der Interpretation hilfreich sein.

6.1 Hypothese 1.

Wie bereits in dem Theorieteil erwähnt, tendieren die Filme, die zu dem grafischen Horror gehören, zu einer häufigeren Verwendung der viszeralen speziellen Effekte, was als Merkmal der Subgattung definiert werden kann. Es wurde angenommen, dass dieselbe Tendenz in Trailer zu diesen Filmen im Vergleich zu Filmen anderer zwei Horror-Subgattungen nachgewiesen werden kann.

Das Ergebnis der Analyse hat ein ähnliches Bild gezeigt. Die Berechnung der Zeilenprozentwerte hat ergeben, dass solche visuellen speziellen Effekte überwiegend in

Trailern zu grafischen Horrorfilmen öfter in Verwendung stehen (61%) im Vergleich zu Trailern zu suggestiven Horrorfilmen (39%). Obwohl die Anzahl der einmaligen Verwendung bei den beiden Untergruppen auf ähnlichen Niveau liegt (21% - „grafisch“ Trailer, 22 % - „suggestive“ Trailer), sind 39% von Trailern zu den suggestiven Horrorfilmen komplett frei von viszerale Effekten, was wesentlich höher ist als 18% bei den Trailern zu dem grafischen Horror.

Der Chi-Quadrat-Test hat ergab, dass ein Zusammenhang zwischen Untergruppe des Trailers und Verwendung der viszerale speziellen Effekte und Effekte, die Verletzung der menschlichen Körper darstellen besteht, da die Wahrscheinlichkeit der Nullhypothese bei 0,002% liegt. Dabei kann man über einen leichten Zusammenhang sprechen (Cramer-V=0.251, Kontingenzkoeffizient=0.226).

Mit Rücksicht auf Ergebnis des Chi-Quadrat-Tests kann man feststellen, dass Hypothese 1 *In Trailern zu den Filmen der Subgattungen, die zum grafischen Horror gehören (Slasher, Splatter), werden öfter viszerale und andere spezielle Effekte verwendet, die körperlichen Verletzung darstellen, als in Trailern zu den suggestiven Subgattungen (paranormalem und psychologischem Horror)“.*

6.2 Hypothese 2.

Hypothese 2 bezieht sich auf die Richtung des Zusammenhangs zwischen vollständiger Gewaltdarstellung durch spezielle Effekte und dem Typ des Trailers.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen folgendes: In 33% der Trailer zu den suggestiven Horrorfilmen wird der Gewaltprozess mehrmals ausführlich dargestellt, was doppelt so niedrig ist, wie in Trailern für grafische Horrorfilme (69%). In 34% der Trailer zu suggestiven Horrorfilmen war solche Darstellung einmalig, was höher ist, als in zweiter Untergruppe (21%). Lediglich 10% der Trailer zu dem grafischen Horror haben gar keine Präsenz vollständiger Gewaltdarstellung erwiesen, was im Vergleich zur ersten Untergruppe der Trailer (33%) wesentlich niedriger ist.

Der Chi-Quadrat-Test hat einen mittelstarken Zusammenhang (Cramer-V=0.375, Kontingenzkoeffizient=0.351) zwischen vollständiger Gewaltdarstellung und Untergruppe

der Trailer ergeben. Die Hypothese ist mit annähernd 0% der Irrtumswahrscheinlichkeit anzunehmen, was hoch signifikant ist.

Das bedeutet, dass Hypothese 2 *„In Trailern zu den Filmen der Subgattungen, die zu grafischen Horror gehören, wird die vollständige Gewaltdarstellung mit Hilfe von visuellen Effekten mehr verwendet, als in Trailer zu den suggestiven Subgattungen der Horrorfilme“* verifiziert ist.

6.3 Hypothese 3.

Hypothese 3 ist mit der Untersuchung des Zusammenhangs zwischen der unvollständigen Gewaltdarstellung durch verschiedene spezielle Effekte sowie narrative und technische Mittel und dem Typ des Trailers verbunden.

Die beiden Untergruppen der Trailer haben ein hohes Maß von mehrmaligen Verwendung der beschriebenen Darstellung demonstriert – 74% in der grafischen Untergruppe gegen 42% in der suggestiven. Einmalige Demonstration findet in 32% der Trailer zu den suggestiven Horrorfilmen und in lediglich 8% beim zweiten Typ der Trailer statt. Nicht verwendet wird die unvollständige Gewaltdarstellung in 18 % der Trailer zu grafischem Horror und in 26% der zweiten Untergruppe. Zusammenfassend kann man sagen, dass die Annahme über die Dominanz der unvollständigen Gewaltdarstellung in den Trailern für suggestive Horrorfilme nicht bestätigt wird.

Der Chi-Quadrat-Test hat eine hohe Signifikanz mit einem Wert von fast 0% ergeben, was eine hohe Wahrscheinlichkeit des Zusammenhangs zwischen unvollständiger Gewaltdarstellung und Untergruppe der Trailer in Grundgesamtheit beweist. Der Zusammenhang ist mittelstark (Cramer-V=0.351, Kontingenzkoeffizient=0.331). Dabei ist die Richtung des Zusammenhangs falsch angenommen. Deshalb kann man sagen, dass obwohl die Nullhypothese widerlegt wurde, die ursprüngliche Hypothese 3 *„In Trailern zu den suggestiven Subgattungen der Horrorfilme wird unvollständige Gewaltdarstellung öfter verwendet, als in Trailers zu den Filmen der Subgattungen, die zu grafischen Horror gehören“* falsifiziert ist.

6.4 Hypothese 4

Für die Überprüfung der vierten Hypothese wird im Codebuch eine Reihe der Variablen formuliert, die die Präsenz des Protagonisten in Trailern symbolisieren und zur Bildung einer primären emotionalen Verbindung zwischen Charakter und Zuschauern beitragen können. Darunter sind solche inhaltlichen Kategorien wie Name, Beschäftigung, Familie, Liebesbeziehungen, Freunde, Voice-over Narration und persönliche Information. Außerdem wurde die allgemeine Erkennbarkeit der Protagonisten analysiert. Die Kreuztabellen haben folgende Aufteilung zwischen Untergruppen der Trailer gezeigt:

Erkennbarkeit: der Protagonist ist erkennbar in 90% der Trailer suggestiver Untergruppe gegen 60% in der grafischeren Untergruppe (mittelstarker Zusammenhang: Cramer-V=0.419, Kontingenzkoeffizient=0.387)

Name des Protagonisten: erwähnt in 41% suggestiver Untergruppe gegen 16% in der grafischeren Untergruppe (leichter Zusammenhang: Cramer-V=0.277, Kontingenzkoeffizient=0.267)

Familie des Protagonisten: Information über Mitglieder der Familie des Protagonisten in 52% suggestiver Untergruppe und lediglich 13% in der grafischeren Untergruppe (mittelstarker Zusammenhang: Cramer-V=0.416, Kontingenzkoeffizient=0.384)

Liebesbeziehungen: Information solcher Art ist in weniger als der Hälfte der Trailer suggestiver Gruppe (40%) und in 17 % der „grafischen“ Trailer enthalten (leichter Zusammenhang: Cramer-V=0.255, Kontingenzkoeffizient=0.247)

Voice-over Narration: dieses Erzählmittel wird in fast der Hälfte (49%) der Trailer zu der suggestiven Gruppe und in annähernd ein Viertel (19%) der Trailer zur grafischen Untergruppe verwendet (mittelstarker Zusammenhang: Cramer-V=0.317, Kontingenzkoeffizient=0.302)

Persönliche Information: mitgeteilt in 62% der suggestiven Untergruppe und 22% der grafischen (mittelstarker Zusammenhang: Cramer-V=0.390, Kontingenzkoeffizient=0.363).

Die Aufteilung der Variablen „Beschäftigung“ und „Freunde“ werden aus der Analyse ausgeschlossen, da der Wert der Signifikanz bei mehr als 5% liegt, was bedeutet, dass kein Zusammenhang zwischen den abhängigen Variablen und Untergruppe der Trailer besteht.

Eine Zusammenfassung der Ergebnisse verdeutlicht, dass der Anteil der Trailer zu suggestiven Horrorfilmen in jeder Kategorie überwiegt, wobei ein signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen nachgewiesen wurde. Da lediglich zwei Kategorien ausgeschlossen werden, darf man behaupten, dass Hypothese 4 *„In Trailern zu den suggestiven Horrorfilmen werden die Protagonisten ausführlicher dargestellt, als in Trailern zu den grafischen Horrorfilmen“* somit belegt wird.

6.5 Beantwortung der Forschungsfrage

Die forschungsrelevante Fragestellung lautet: Gibt es Unterschiede in der Verwendung gattungsspezifischer narrativer und technischer Elemente in Trailern zu den suggestiven und grafischen Horrorfilmen?

Die Antwort stützt sich auf folgende technische und inhaltliche Elemente:

1. Viszerale und andere spezielle Effekte, die körperliche Verletzung darstellen
2. Zwei Arten der Demonstration der physischen Gewalt: vollständige und unvollständige Darstellung
3. Darstellung des Protagonisten

Mit Bezug auf Hypothesenüberprüfung wird die Konsequenz gezogen, dass die Trailer zu den grafischen Horrorfilmen durch eine tendenziell häufigere Verwendung des ersten Elementes charakterisiert werden. Außerdem gibt es Unterschiede in der Gewaltdarstellung: obwohl die Richtung des Zusammenhangs durch Falsifizierung von Hypothese 3 nicht bestätigt wurde, lässt sich eine häufigere Demonstration der physischen Gewalt aller Art im Allgemein in Trailern für grafische Horrorfilme feststellen.

Wenn im Zentrum der Trailer zu grafischen Horrorfilmen Gewalt und körperliche Verletzungen stehen, ist es der Protagonist im Fokus der Trailer zu den suggestiven Horrorfilmen: es gibt eine durchschnittliche Differenz von ca. 30% in Verwendung aller des Protagonisten beschreibenden Kategorien zwischen Trailern der beiden Untergruppen.

Laut den präsentierten Ergebnissen dieser Arbeit kann die Forschungsfrage also bejaht werden.

7. Diskussion und Ausblick

Die Ergebnisse dieser Arbeit zeigen, dass die Zuschauererwartungen von den Filmvermarkten nicht nur auf Niveau der Gattung, sondern auf der Subgattung wahrgenommen werden. Obwohl alle in der Studie analysierten Trailer zu den Filmen derselben Gattung, nämlich Horror gehören, haben sie deutliche Unterschiede in Verwendung inhaltlicher und technischer Elemente und Darstellung des Protagonisten gezeigt. Die Trailer zu den Filmen des grafischen Horrors stellten sich als wesentlich brutaler im Vergleich zu den Trailern zu dem suggestiven Horror heraus: sie sind durch eine deutlich größere Anzahl der Szenen der Gewaltdarstellung in Form der direkten Demonstration und Andeutungen als auch der Darstellung der Verletzungen des menschlichen Körpers auf vielerlei Art geprägt. Es kann an Unterschieden der Effekte liegen, die die reklamierten Filme der beiden Gruppen in den Zuschauer zu hervorrufen bestreben. Die Szenen der physischen Gewalt und viszerale spezielle Effekte sind am besten zur Erzeugung von Ekel geeignet, was den Zielen des grafischen Horrors seitens der Effekterzeugung entgegenkommt.

Im Fall des „suggestiven“ Horrors besteht der erwünschte Effekt in Erzeugung von Angst und Suspense-Gefühl, was eher auf Demonstration der psychischen Gewalt und Szenen, wo die Steigerung der psychischen Belastung und Verrücktheit der Charaktere dargestellt werden, beruht. Dabei steht auch der Protagonist im Fokus, der den Zuschauer schon im zugehörigem Trailer teilweise vorgestellt wird, um das ein Basis für weitere emotionale Bindung zu schaffen. Die physische Gewaltdemonstration ist aber im Trailer zu den suggestiven Horrorfilmen nicht ausgeschlossen, da sie in Verbindung mit den Szenen der psychischen Unruhe zum gewünschten Effekt führen kann. Außerdem heißt die Dominanz eines der Effektm Modelle nicht, dass das zweite Modell gar nicht vertreten ist: die „suggestiven“ Horrorfilme können auch Ekel hervorrufen, und Splatter und Slashers spannungserzeugend sein, was den Inhalt des Trailers ebenfalls beeinflusst. Dadurch können einige Zuschauererwartungen seitens verschiedener Nutzen erfüllt werden, was einen Film gleichzeitig in einigen, an sich verschiedenen Zielgruppen verkaufen kann. Dasselbe betrifft auch die Rolle des Protagonisten.

Diese Arbeit stellt einen Versuch vor, zur Anerkennung der Subgattung einen Einflussfaktor beizutragen. Es werden Elemente angeführt, die als Beispiele für die Repräsentation der Subgattung dienen, aber es besteht noch eine Reihe von typischen Elementen, die weitere wissenschaftliche Untersuchungen und Klassifizierungen verlangt. Zusammen mit weiterer Analyse der Zuschauererwartungen in Bezug auf Subgattungen wird es nicht nur eine bessere Nutzensegmentierung (benefit segmentation) ermöglichen, sondern auch ein tieferes Verständnis der Mittel, die das Wirkungspotenzial besitzen, an die Erwartungen und Motive zu appellieren.

Die Relevanz der zukünftigen Untersuchungen kann durch beruflichy Praxis der Filmvermarktungsindustrie betont werden. „Solo: A Star Wars Story“, ein Film b amerikanischen „Lucasfilm“ Studio, war wegen eines maßgeblichen Fehlers in Werbestrategie an der Kinokasse untergegangen: sein Box Office beträgt 392.9 Mio Dollar, was lediglich 90 Millionen mehr als seine Produktionskosten waren (vgl. Box Office Mojo). Zum Misserfolg des Filmes hat sein Trailer beigetragen, und zwar die ungenügende Demonstration des von Alden Ehrenreich gespielten Han Solo (vgl. Bacon 2018). Im Gegenteil dazu hat der Trailer zum amerikanischeren paranormalen Horror-Film „Hereditary“ von „A24“ Studio, einen signifikanten Beitrag zu dem kommerziellen Erfolg geleistet. Er stellt eine junge Heldin in den Fokus und bringt sie mit Hilfe von inhaltlichen und technischen Elementen in Parallele mit weltberühmten Horrorkindern wie Regan aus „The Exorcist,“ Damien aus „The Omen,“ und Danny aus „The Shining“ (Sharf 2018).

Die in der Arbeit verwendete Methode ist für dieses Forschungsfeld untypisch, da die qualitative Inhaltsanalyse der Trailer von Forschern oft deutlich bevorzugt wird. Die Wahl dieser Methode ermöglicht die auf Basis der Literaturrecherche und praktischer Erfahrung herausarbeitete Trends in der Filmindustrie zu analysieren und Zusammenhänge durchzuprüfen. Nichtsdestoweniger bleibt die Stärke der Wirkung von Trends auf Zuschauererwartungen unklar, was weitere Forschungen mit Beteiligung der realen Zuschauer mit Hilfe von Interviews, Befragungen und Experimente, und nicht nur reine Theorieanalyse beansprucht. Außerdem lässt eine Forschungslücke in diesem Gebiet nur eine begrenzte Anzahl der subgattungsspezifischen Trends feststellen, was

für ein umfassendes Bild offenbar nicht genügend ist. Dieser Mangel kann durch qualitative Inhaltsanalyse der Trailer behoben werden.

Zu weiteren Limitierungen dieser Studie zählt, dass nur eine begrenzte Anzahl von Subgattungen untersucht wurde. Film-Kategorien wie etwa Monster Horror, Zombie Horror, Body Horror wurden nicht unter die Lupe genommen, was bedeutet, dass in dieser Arbeit gemachte Schlussfolgerungen nicht auf alle Subgattungen extrapoliert werden können was nach weiteren Untersuchungen verlangt.

8 Literaturverzeichnis:

8.1 Monographien, Sammelwerke und Aufsätze:

Acland, C Acland, C. (2003). *Screen traffic: Movies, multiplexes, and global culture*. Duke University Press, Durham.

Altman, R. (1999). *Film/Genre*. London: BFI.

Atkin, C., Greenberg, B., Korzenny, F., & McDermott, S. (1979). Selective exposure to televised violence. In: *Journal of Broadcasting*, 23, 5–13.

Austin, Bruce A. (2009) *Motivations for movie attendance. Beitrag zu einer psychologischen Typenlehre*. *Communication Quarterly*, 34:2, 115-126

Balint, M. (o.J). *Angstlust und Regression*. Stuttgart: Klett-Cotta.

Bálint, K.E., Kuijpers, M., Doicaru, M. (2017). The effect of suspense structure on felt suspense and narrative absorption in literary and filmic narratives. In Hakemulder, F., *Narrative absorption*. Amsterdam: John Benjamins.

Bartsch, A., Mares, M., Scherr, S., Kloß, A., Keppeler, J., & Posthumus, L. (2016). More Than Shoot-Em-Up and Torture Porn: Reflective Appropriation and Meaning-Making of Violent Media Content. In: *Journal of Communication*, 66(5), 741-765.

Batra, R., & Ahtola, O. (1991). Measuring the hedonic and utilitarian sources of consumer attitudes. In: *Marketing Letters*, 2(2), 159-170.

Belk, Belk, R. (1988). Possessions and the Extended Self. In: *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168.

Belk, Belk, R. (2013). Extended Self in a Digital World. In: *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.

Berlyne, D.E. (1970). Novelty, complexity, and hedonic value. In: *Perception & Psychophysics* 8 (5): 279-286.

Bondebjerg, I. (2015). Film: Genres and Genre Theory. In: *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 160-164).

- Boyanowsky, E. O., Newton, D., & Walster, E. (1974). Film preferences following a murder. In: *Communication Research*, 1(1), 32-43.
- Bridges, E. (1993). Service attributes: expectations and judgments. *Psychology and Marketing* 10 (3),185–197.
- Brosius, H., Haas, A., & Koschel, F. (2016). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung : Eine Einführung* (7., überarb. u. aktual. Aufl. 2016. ed., Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft).
- Cantor, J., & Reilly, S. (1982). Adolescents' fright reactions to television and films. In: *Journal of Communication*, 32(1), 87–99.
- Carroll, N. (1990). *The philosophy of horror, or, Paradoxes of the heart*. New York: Routledge.
- Carroll, N., Vorderer, P., Wulff, H.J., Friedrichsen, M. (1996). Suspense: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations.
- Clover, C. J. (1987). Her Body, Himself: Gender in the Slasher Film. In: *Representations*, 20(20), 187-228.
- Coëgnarts, M. & Kiss, M. (2017) .‘Look Out Behind You!’ Grounding suspense in the slasher film. In: *New Review of Film and Television Studies*, 15:3, 348-374.
- Crawford, E. L., Margolies, S. M., Drake, J. T., & Murphy, M. E. (2006). Affect biases memory of location: Evidence for the spatial representation of affect. In: *Cognition and Emotion*, 20, 1153–1169.
- Csikszentmihalyi, M. (1985). Das flow-Erlebnis : Jenseits von Angst und Langeweile: In: *Tun aufgehen* (Konzepte der Humanwissenschaften).
- Decherney, P. (2005). *Hollywood and the Culture Elite: How the Movies Became American* (Film and Culture). New York, NY: Columbia UP.
- Davis, Mark H. A. 1994. *Empathy: a social psychological approach*. Madison, Wisc: Brown & Benchmark.
- Diffrient, D. S. (2004). A Film is Being Beaten: Notes on the Shock Cut and the Material Violence of Horror. In: S. Hantke (ed.) *Horror Film: Creating and Marketing*

Fear, Jackson, MI: University Press of Mississippi.

Dika, V. (1990). *Games of terror: Halloween, Friday the 13th, and the films of the stalker cycle*. Rutherford, N.J: Fairleigh Dickinson University Press.

Fenigstein, A., & Heyduk, R. G. (1985). Thought and action as determinants of media exposure. In D. Zillmann & J. Bryant (Eds.), *Selective exposure to communication* (pp. 113–139). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Finsterwalder, Kuppelwieser, & De Villiers. (2012). The effects of film trailers on shaping consumer expectations in the entertainment industry—A qualitative analysis. In: *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(6), 589-595.

Fortunato, J. A. (2005). *Making media content: The influence of constituency groups on mass media*. Lawrence Erlbaum Associates.

Früh, Werner (2002): *Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie*. Mitarbeit von Anne-Katrin Schulze und Carsten Wunsch. – Konstanz: UVK

Früh, W. (2017). *Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis*. 9., überarbeitete Auflage. ed., Utb 2501 Medien- und Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Soziologie.

Goldstein, J. H. (1975). *Aggression and crimes of violence*. Oxford, England: Oxford U Press.

Gottdiener, M. (1985). Hegemony and mass culture: A semiotic approach. In: *American Journal of Sociology*, 90, 979–1001

Gray, J. (2010). *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York; London: NYU Press

Grimm, J. (1999b): Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität – Erregungsverläufe – sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitivphysiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen. – Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Hall, A. (2005). Audience Personality and the Selection of Media and Media Genres. *Media Psychology*, 7(4), 377-398.

- Hall, A. (2007). The Social Implications of Enjoyment of Different Types of Music, Movies, and Television Programming. *Western Journal of Communication*, 71(4), 259-271.
- Hanich, J. (2011). *Cinematic emotion in horror films and thrillers : The aesthetic paradox of pleasurable fear* (1. issued in paperback. ed., Routledge advances in film studies ; 5).
- Harper, J. (2004). *Legacy of blood: A comprehensive guide to slasher movies*. Manchester: Critical Vision.
- Harris, R., Hoekstra, S., Scott, C., Sanborn, F., Karafa, J., & Brandenburg, J. (2000). Young men's and women's different autobiographical memories of the experience of seeing frightening movies on a date. In: *Media Psychology*, 2(3), 245-268.
- Harwood, J. (1999). Age identification, social identity gratifications, and television viewing. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43:1, 123-136
- Hoffner, C. A., & Levine, K. J. (2005). Enjoyment of mediated fright and violence: A meta-analysis. In: *Media Psychology*, 7(2), 207–237
- Huesmann, L., Lagerspetz, K., Eron, L., & Scarr, Sandra. (1984). Intervening variables in the TV violence–aggression relation: Evidence from two countries. *Developmental Psychology*, 20(5), 746-775.
- Hutchings, P. (2013). *The horror film* (Inside Film). Hoboken: Routledge/Taylor and Francis.
- Janiszewski, C. (1998). The influence of display characteristics on visual exploratory search behavior. In: *Journal of Consumer Research*, 25 (3), 290-301
- James, W. (2012). *The principles of psychology: Vol. 1*. New York: Dover Publications.
- Johnson, M. (1987). *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Joshi, A. M., & Hanssens, D. M. (2009). Movie Advertising and the Stock Market Valuation of Studios: A Case of “Great Expectations?”. *Marketing Science*, 28, 2, 239-250.
- Kernan, L. (2004). *Coming Attractions: Reading American Movie Trailers*. Austin, University of Texas Press.

- Lakoff, G. (1987). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Lash, S., & Urry, J. (1994). *Economies of signs and space*. London: Sage.
- Lawrence, P., & Palmgreen, P. (1996). A uses and gratifications analysis of horror film preferences. In: J. Weaver & R. Tamborini (Eds.), *Horror Films: current research on audience preferences and reactions* (pp. 161-178). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum
- Lin, C. A. (1999). Uses and gratifications. In: G. Stone, M. Singletary, & V. P. Richmond (Eds.), *Clarifying communication theories: A hands-on approach* (pp. 199–208). Ames: Iowa State University Press.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. 2nd ed. New York, London: Harper & Row.
- Mikos, L. (1996). Between fear and pleasure. In: Vorderer, P., Wulff, H. J., & Friedrichsen, M. *Suspense: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations*. New York: Routledge.
- Miller, C. (2014). You can't escape: Inside and outside the 'slasher' movie. In: *International Journal of Jungian Studies*, 6(2), 1-12.
- McLeod, J. M., & Becker, L. B. (1981). The uses and gratifications approach. In: D. D. Nimmo & K. R. Sanders (Eds.), *Handbook of political communication*(pp.67–99). Beverly Hills, CA: Sage
- McFall, L. (2000). A mediating institution?: Using an historical study of advertising practice to rethink culture and economy. In: *Journal for Cultural Research*, 4, 3, 314-337.
- McFall, E. (2004). *Advertising: A cultural economy* (Culture, representation and identities). London: SAGE.
- Meier, B. P., & Robinson, M. D. (2004). Why the sunny side is up: Associations between affect and vertical position. In: *Psychological Science*, 15, 243–247.
- Mittell, J. (2004). *Genre and television: From cop shows to cartoons in American culture*. New York: Routledge.

- Möller, K. E. K., & Karppinen, P. (1983). Role of motives and attributes in consumer motion picture choice. In: *Journal of Economic Psychology*, 4, 3, 239-262.
- Neale, S. (2000). *Genre and Hollywood* (Sightlines). London ; New York: Routledge.
- Olney, T., Holbrook, M., & Batra, R. (1991). Consumer Responses to Advertising: The Effects of Ad Content, Emotions, and Attitude toward the Ad on Viewing Time. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 440-453.
- Ortony, A., Clore, G., & Collins, A. (1988). *The cognitive structure of emotions*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Palmgreen, P. (1984) Uses and Gratifications: A Theoretical Perspective. In: *Annals of the International Communication Association*, 8:1, 20-55
- Pinedo, I. (1996). Recreational terror: Postmodern elements of the contemporary horror film. In: *Journal of Film and Video*, 48(1/2), 17-31.
- Plantinga, Carl R. (2009). *Moving Viewers : : American Film and the Spectator's Experience*. CA: University of California Press.
- Praver, S. S. (1980). *Caligari's Children: The Film as Tale of Terror*, New York, NY: Da Capo Press.
- Prince, S. (2004). *The Horror Film*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- Ramsenthaler, C. (2013). Was ist „Qualitative Inhaltsanalyse?“. In: Schnell, M.W., Schulz, C., Kolbe, H., Dunger, C. (Hrsg.). *Der Patient am Lebensende. Eine Qualitative Inhaltsanalyse*. Wiesbaden: Springer VS.
- Rössler, P., & Uni-Taschenbücher GmbH. (2017). *Inhaltsanalyse*.
- Rubin, A. M. (1983). Television uses and gratifications: The interaction of viewing pattern and motivations. In: *Journal of Broadcasting*, 27, 37–51.
- Rubin, A. M. (2002). The uses-and-gratifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Hrsg.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 525–548). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Schneider, S. J. (2003). *Dark thoughts : Philosophic reflections on cinematic horror*, Lanham, Md. [u.a.] : Scarecrow Press

- Shaw, R.-L. (2004). Making sense of violence: A study of narrative meaning. In: *Qualitative Research in Psychology*, 1(2), 131–151.
- Smit, A. (2013). Visual Effects and Visceral Affect: 'Tele-Affectivity' and the Intensified Intimacy of Contemporary Television. In: *Critical Studies in Television: Scholarly Studies in Small Screen Fictions*, 8(3), 92-107.
- Tamborini, R. (1991). Responding to horror: Determinants of exposure and appeal. In: J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Responding to the screen: Reception and reaction processes* (pp. 305–328). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tamborini, R., & Stiff, J. (1987). Predictors of horror film attendance and appeal: An analysis of the audience for frightening films. In: *Communication Research*, 14(4), 415–436.
- Tamborini, R., Stiff, J. & Heidel, C. (1990). Reacting to graphic horror: A model of empathy and emotional behavior. In: *Communication Research*, 17(5), 616–640.
- Tudor, A. (1997). Why Horror? The Peculiar Pleasures of a Popular Genre, In: *Cultural Studies*, 11.3: 443–63.
- Twitchell, J. B. (1985). *Dreadful Pleasures: An Anatomy of Modern Horror*. New York: Oxford University Press.
- Weaver, J. (1996). *Horror films: Current research on audience preferences and reactions*(LEA's communication series : Mass communication).
- Wernick, A. (1991). *Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression*. New York: Sage Publications
- Williams, Linda. (1991). Film Bodies: Gender, Genre, and Excess. In: *Film Quarterly*, Vol. 44, No. 4 (Summer, 1991), University of California Press, pp. 2-13
- Winter, B. (2014). Horror Movies and the Cognitive Ecology of Primary Metaphors. In: *Metaphor and Symbol*, 29(3), 151-170.
- Zillmann, D. (1980). Anatomy of Suspense. In: *The Entertainment Functions of Television*, ed. P. H. Tannonbaum. Hillsdale, N.J.: Erlbaum, 291-301

- Zillmann, D., Weaver, J., Mundorf, N., Aust, C., & Sarason, Irwin G. (1986). Effects of an Opposite-Gender Companion's Affect to Horror on Distress, Delight, and Attraction. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(3), 586-594.
- Zillmann, D. (1991). Empathy: Affect from Bearing Witness to the Emotions of Others. In: *Responding to the Screen: Reception and Reaction Processes*, ed. J. Bryant and D. Zillmann. Hillsdale, N.J.: Erlbaum, 135–167.
- Zillmann, D. (1996). Gender-socialization Theory of Reactions to Horror. In: Weaver, J. B., & Tamborini, R. C. *Horror films: Current research on audience preferences and reactions*. Mahwah, N.J: Erlbaum, 81–101.
- Zuckerman, M., Kolin, E., Price, L., Zoob, I., & Bordin, Edward S. (1964). Development of a sensation-seeking scale. In: *Journal of Consulting Psychology*, 28(6), 477-482.
- Zuckerman, M. (1979). *Sensation seeking: Beyond the optimal level of arousal*. Hillsdale, N.J: Erlbaum.
- Zuckerman, M. (1996). Sensation seeking and the taste for vicarious horror. In: J. B. Weaver & R. C. Tamborini (Eds.), *Horror films: Current research on audience preferences and reactions* (pp. 147–160). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Zuckerman, M., & Litle, P. (1986). Personality and curiosity about morbid and sexual events. In: *Personality and Individual Differences*, 7(1), 49–56.

8.2 Online-Quellen

Bacon, T. (02.06.2018). Solo Is A Box Office Failure Because Lucasfilm Forgot To Try. *Screenrant*, <https://screenrant.com/solo-star-wars-box-office-failure-reason-lucasfilm/> (Zugriff am 13.09.2018)

Box Office Mojo, *Solo: A Star Wars Story*,
<https://www.boxofficemojo.com/movies/?id=untitledhansolostarwarsanthologyfilm.htm>
(Zugriff am 13.09.2018)

Grimm, J. (2016). *Was ist Unterhaltung? Theoretische Annäherungen*, SS 2016. Vorlesung 1 [Powerpoint Folien]. Abgerufen am 07.05.2108 von
https://moodle.univie.ac.at/pluginfile.php/2384368/mod_resource/content/1/VWien26S_S16_01_Annaeherung.pdf

Internet Movie Database, *Leslie Grossman in American Horror Story (2011)*,
<https://www.imdb.com/title/tt1844624/mediaviewer/rm2385518592> (Zugriff am 23.05.2018)

Internet Movie Database, *Elle Fanning in The Neon Demon (2016)*,
<https://www.imdb.com/title/tt1974419/mediaviewer/rm812389888> (Zugriff am 23.05.2018)

Internet Movie Database, *A Serbian Film*,
https://www.imdb.com/title/tt1273235/?ref_=nv_sr_1 (Zugriff am 28.07.2018)

Sharf, Z. (11.06.2018). 'Hereditary' Shocker: A24's Brilliant Marketing Is Responsible For the Best Horror Movie Twist in Years *IndieWire*,
<https://www.indiewire.com/2018/06/hereditary-twist-charlie-death-ari-aster-1201973390/> (Zugriff am 13.09.2018)

Toomblog, *Insidious is a Creepastic Fright-fest*,
<https://toomblog.com/2011/04/04/insidious-is-a-creepastic-fright-fest/> (Zugriff am 21.05.2018)

9. Anhang

9.1 Abstract (Deutsch)

Im Rahmen dieser Arbeit wird die Verwendung narrativer und technischer Elemente in Trailern zu den Horrorfilmen verschiedener Subgattungen untersucht. Als Basis für die Forschung wurde der Nutzungs- und Belohnungsansatz herangezogen, der besagt, dass die Zuschauer bestimmte Gattungspräferenz besitzen, da diese Gattungen ein Potenzial haben, ihre Bedürfnisse am besten zu erfüllen. Die Vorstellung darüber, wie stark ein Film diesen Präferenzen entspricht, bekommen die Zuschauer unter anderem mittels Filmtrailern. Das Ziel der vorliegenden Arbeit war festzulegen, wie bewusst die Filmvermarkter an die Erwartungen und Präferenzen der potenziellen Zuschauer auf dem Niveau der Subgattung appellieren und welche Mittel sie auf der Etappe der Produktion des Trailers verwenden.

Mittels quantitativer Inhaltsanalyse wurden 200 Trailer zu den postmodernen Horrorfilmen verschiedener Subgattungen, die in zwei Gruppen nach dem erzeugenden Effektdmodell verteilt werden, untersucht. Dafür wurde das Codebuch mit dem Kategoriensystem erstellt. Die Analyse hat ergeben, dass die Trailer zu den Filmen einen höheren Anteil an Verwendung der Mittel demonstrieren, die zur Darstellung der Szenen der physischen Gewalt und Körperverletzung dienen. Die Annahme, dass Trailer zu den suggestiven Horrorfilmen mehr Szenen der unvollständigen Gewaltdarstellung mithilfe von Andeutungen beinhalten, wurde nicht bestätigt. Nichtsdestotrotz haben sie eine ausführlichere Darstellung des Protagonisten nachgewiesen, was bedeutet, dass mehr Informationen über Details der Biographie, Charakterzüge und Emotionen wiedergegeben werden. Aus den Ergebnissen lässt sich die Konsequenz ziehen, dass die Filmvermarkter die Zuschauererwartungen gegenüber Subgattungen wahrnehmen und auch versuchen, diese zu erfüllen.

9.2 Abstract (English)

The purpose of this thesis is to analyse the patterns of usage of different narrative and technical elements of movie trailers for film of certain subgenres of horror. The uses and gratifications theory of media usage was used as basis for this paper. It states that audience members possess different genre preferences, because the movies of this genre can potentially satisfy their needs. The film trailer is one of the sources of the information about a movie that helps a spectator to understand to which extent it meets his expectation and genre preferences. The goal of this paper was to estimate, to if the movie marketers are aware of those needs and expectations, if they appeal to them not only on the genre, but on the subgenre level as well, and which instruments they use for it on the trailer production stage.

200 Trailers for the postmodern movies of different horror subgenres were divided in two groups according to the model of emotions that the subgenre wants to provoke. The method of quantitative content analysis was used in this research, as well as a codebook with a category system. According to the results of the analysis, the trailer for the graphic horror films demonstrated a higher level of usage of effects, that are aimed to create the scenes of physical violence and human body destruction. The assumption that the usage of the effects creating scenes of the suggested violent events is dominant in trailers for the suggestive horror films was disproved. However, this type of trailers has shown a more detailed portrait of the protagonist, including facts from his biography, character traits and emotions.

The results of the research concluded that the movie marketers are aware of the difference in audience expectations on the subgenre level and try to satisfy them in the movie trailers.

9.3 Codebuch

Formale Variablen	Ausprägungen
Titel des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird	Titel
Produktionsjahr	Jahr
Link zu dem Trailer	Link: www.
Subgattung des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird	1 = Paranormaler Horror Filme über paranormale und dämonische Kräfte 2 = Psychologischer Horror 3 = Slasher 4 = Splatter- und „Exploitation“ Filme
Untergruppe der Subgattung des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird	1 = Trailer zu einem Film suggestives Horrors 2 = Trailer zu einem Film psychologisches Horrors
Produktionsland des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird (das Herkunftsland der Kinokompagnie wird kodiert).	1 = die USA 2= Großbritannien 3 = Deutschland 4 = Kanada 5 = Spanien 6 = Österreich 7 = Italien 8 = Frankreich 8 = Japan 9 = China 10 = Australien 11 = Norwegen 12 = Russland 13 = Argentinien 14 = Südkorea 15 = Serbien 16 = Dänemark 17 = Sweden

	18 = Finland
Reihenfolge des Filmes, wozu der Trailer gemacht wird	1 = Originaler Film 2 = Prequel, Sequel 3 = Remake oder Spin-off

Kategorien	Ausprägungen	Kontext/Anmerkungen
Verwendung visueller spezieller Effekte für die Darstellung der Verletzung der Charaktere /Transformation der Körperteile der Charaktere	0 = nicht verwendet 1 = einmal verwendet 2 = mehrmals verwendet	<p>Hier wird codiert, ob und wie oft visuelle spezielle Effekte für die Darstellung der Verletzung/Transformation der Körperteile Krankheit oder Sterben der Charaktere im Trailer verwendet werden.</p> <p>. Man soll „verwendet“ wählen, wenn mindestens eine Aussage zutrifft. Code 1-4 sind die wichtigsten, gefolgt von 5-7:</p> <ul style="list-style-type: none"> •die Verletzungen zum Sterben des Charakters führen •die Verletzungen dem Leben des Charakters drohen •die Verletzungen können zu Behinderungen führen •die Verletzungen eine seriöse medizinische Behandlung verlangen •die Verletzungen blutig sind •die Verletzungen sind oder waren für den Charakter schmerzhaft •die Verletzung ist gut sichtbar (demonstriert in close-up) <p>Mögliche Arten der Verletzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Schnittwunden •Brutale Abnahme eines Körperteils •Verbrennungen •Schusswunden

		<ul style="list-style-type: none"> • Brutal gebrochene Knochen • Demonstration der inneren Organe • Demonstration der vom Körper getrennten Körperteile • Blutige Wunden unklarer Ursprung
Vollständige Gewaltdarstellung	<p>0 = nicht verwendet</p> <p>1 = einmal verwendet</p> <p>2 = mehrmals verwendet</p>	<p>Hier wird codiert, ob und wie oft der vollständige Prozess der Gewaltdarstellung im Trailer demonstriert wird.</p> <p>Unter vollständiger Darstellung wird gemeint, das ein oder mehrere Charaktere physische Schaden erleiden, und der Prozess, die Konsequenz und die Ursache dafür demonstriert werden.</p>
Unvollständige Gewaltdarstellung	<p>0 = nicht verwendet</p> <p>1 = einmal verwendet</p> <p>2 = mehrmals verwendet</p>	<p>Hier wird codiert, ob und wie oft die Gewaltdarstellung unvollständig demonstriert.</p> <p>Unter unvollständiger Darstellung wird gemeint, das ein oder mehrere Charaktere physische Schaden erleiden, aber der Prozess, die Konsequenz und die Ursache dafür werden unvollständig oder nicht demonstriert werden.</p> <p>Beispiele:</p> <p>1) Die Szene wird von der Ecke demonstriert, wo es unklar ist, was passiert</p> <p>2) Man hat des Töters und sein Opfer gesehen, aber der Moment des Waffenstoßes wird nicht demonstriert</p> <p>3) Im Moment des Mordes wird der Close-up auf ein anderes Objekt gemacht</p>
Erkennbarkeit des Protagonisten	<p>1 = Ja, vorhanden</p> <p>2 = Nein, nicht vorhanden</p>	<p>Hier wird codiert, ob der Protagonist im Trailer als solcher identifiziert werden kann</p> <p><u>Protagonist (main character)</u> – der führende Charakter, die Hauptfigur des Filmes.</p> <p>Merkmale:</p> <p>Der Charakter im Zentrum der Handlung</p> <p>Der Charakter, aus dessen Sicht die</p>

		<p>Geschichte erzählt wird</p> <p>Er wird vom Kamera am öftesten gefilmt</p> <p>Seine Präsenz im Film ist die längste</p> <p>“Nur Anhand” bedeutet, dass man durch bestimmte narrative Elemente (Voice-over, Dialogauszüge, Szenen, die Verhalten der Charaktere miteinander veranschaulichen, Umgebung) im Trailer die Hauptfigur erkennen kann, ohne Filmbeschreibung zu lesen.</p>
Name des Protagonisten	<p>1 = Ja, vorhanden</p> <p>2 = Nein, nicht vorhanden</p>	<p>Hier wird codiert, ob der Name (Vor- oder Nachname) des Protagonisten im Trailer genannt wurde.</p>
Beschäftigung des Protagonisten	<p>1 = Ja, vorhanden</p> <p>2 = Nein, nicht vorhanden</p>	<p>Hier wird codiert, ob die Beschäftigung bzw. Beschäftigungsart des Protagonisten im Trailer erwähnt wurde.</p> <p>„Beschäftigung“ bedeutet entweder den Beruf (Babysitter, Verkäufer, Programmierer, Photograph), andere Beschäftigungsarten (Schüler, Student, Arbeitsloser, Hausfrau usw). Berufsfeld im Allgemein (White Collar, Blue Collar usw) gilt auch als Beschäftigung.</p>
Familie des Protagonisten	<p>1 = Ja, vorhanden</p> <p>2 = Nein, nicht vorhanden</p>	<p>Hier wird codiert, ob es etwas über Familienmitglieder des Protagonisten im Trailer erwähnt wurde.</p> <p>Die Familienmitglieder sollen nicht unbedingt direkt als solche genannt werden (zB „mein Sohn“, „Vater“), aber man kann die Angehörigkeit der Charaktere zu einer Familie aus ihrem Verhalten gegenüber einander erkennen.</p> <p>Der Partner/Partnerin des Protagonisten (auch Mann/Frau) wird hier nicht codiert, sondern in der nächsten Variable.</p>
Liebesbeziehungen des Protagonisten	<p>1 = Ja, vorhanden</p> <p>2 = Nein, nicht vorhanden</p>	<p>Hier wird codiert, ob es etwas über Liebesbeziehungen des Protagonisten im Trailer erwähnt wurde.</p> <p>Unter Demonstration Liebesbeziehungen gilt die</p>

		<p>Demonstration des Charakters selbst oder durch verschiedenes Mittel wiedergegebene Information (Voice over, Erzählung eines der Charaktere, Fotos, die gezeigt werden) über den Ehe- oder Liebespartner oder das Objekt des Liebes/sexueller Interesse, Erwähnung des Familienstandes.</p> <p>Wenn es erwähnt wurde, dass der Protagonist ledig oder single ist, gilt es auch als Information und kodiert als Ja.</p>
Freunde des Protagonisten	<p>1 = Ja, vorhanden</p> <p>2 = Nein, nicht vorhanden</p>	<p>Hier wird codiert, ob es etwas über Freunde des Protagonisten im Trailer erwähnt wurde.</p> <p>Unter Liebesbeziehungen gilt die Demonstration oder durch verschiedenes Mittel wiedergegebene Information (Voice over, Erzählung eines der Charaktere, Fotos, die gezeigt werden) über Freunde des Protagonisten</p>
Voice over Narration seitens des Protagonisten	<p>1 = Ja, vorhanden</p> <p>2 = Nein, nicht vorhanden</p>	<p>Als Voice over wird die Erzählung eines Charakters bezeichnet, der in der Szene direkt als diese Worte sprechend nicht demonstriert wird.</p> <p>In dieser Variable wird ausschließlich Voice-over kodiert, die dem Protagonisten gehört. Voice-over seitens anderer Charaktere oder einer Person, die im Trailer nicht teilnimmt („Erzähler“) wird nicht kodiert</p>
Wiedergabe der persönlichen Information über den Protagonisten.	<p>1 = Ja, vorhanden</p> <p>2 = Nein, nicht vorhanden</p>	<p>Hier wird kodiert, ob die persönliche Information über den Protagonisten vom Protagonist selbst, andere Charaktere, Flashbacks oder Voice-over wiedergegeben wird.</p> <p>Zu der persönlichen Information zählt Information über seine Biographie, Leben, Interessen, Hobbys, Pläne für die Zukunft, Gefühle, Values?</p>

9.4 SPSS-Tabellen

V1.2

Jahr

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2005	8	4.0	4.0	4.0
2006	13	6.5	6.5	10.5
2007	17	8.5	8.5	19.0
2008	17	8.5	8.5	27.5
2009	23	11.5	11.5	39.0
2010	19	9.5	9.5	48.5
2011	13	6.5	6.5	55.0
2012	15	7.5	7.5	62.5
2013	13	6.5	6.5	69.0
2014	16	8.0	8.0	77.0
2015	11	5.5	5.5	82.5
2016	20	10.0	10.0	92.5
2017	11	5.5	5.5	98.0
2018	4	2.0	2.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

V1.4

Land

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid die USA	144	72.0	72.0	72.0
Großbritannien	10	5.0	5.0	77.0
Deutschland	3	1.5	1.5	78.5
Kanada	10	5.0	5.0	83.5
Spanien	5	2.5	2.5	86.0
Österreich	1	.5	.5	86.5
Italien	5	2.5	2.5	89.0
Frankreich	8	4.0	4.0	93.0
Australien	1	.5	.5	93.5
China	1	.5	.5	94.0
Japan	1	.5	.5	94.5
Südkorea	1	.5	.5	95.0
Norwegen	2	1.0	1.0	96.0
Russland	1	.5	.5	96.5
Argentinien	1	.5	.5	97.0
Serbien	1	.5	.5	97.5
Dänemark	2	1.0	1.0	98.5
Schweden	2	1.0	1.0	99.5
Finland	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

V1.5

Reihenfolge

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid originaler Film	184	92.0	92.0	92.0
Prequel, Sequel	5	2.5	2.5	94.5
Remake, Speen off	11	5.5	5.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Pre-Test

VARIABLE	COHENS CAPPA WERT	SIGNIFIKANZ	ÜBEREINSTIMMUNG
VAR 2	0,722	0,000	moderat
VAR 3	0,617	0,000	moderat
VAR 4	0,364	0,008	minimal
VAR 5	1,000	0,000	perfekt
VAR 6	0,850	0,000	stark
VAR 7	0,746	0,001	moderat
VAR 8	0,534	0,024	schwach
VAR 9	0,643	0,008	moderat
VAR 10	0,658	0,004	moderat
VAR 11	0,883	0,000	stark
VAR 12	0,850	0,000	stark

V2

Viszerale Effekte * Viszerale Effekte Crosstabulation

Count

		Viszerale Effekte			Total
		nicht verwendet	einmal verwendet	mehrmals verwendet	
Viszerale Effekte	nicht verwendet	11	1	0	12
	einmal verwendet	2	2	0	4
	mehrmals verwendet	0	0	4	4
Total		13	3	4	20

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standardized Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.722	.148	4.393	.000
N of Valid Cases		20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V3

Vollstaendige Gewaltdarstellung * Vollstaendige Gewaltdarstellung Crosstabulation

Count

		Vollstaendige Gewaltdarstellung			Total
		nicht verwendet	einmal verwendet	mehrmals verwendet	
Vollstaendige Gewaltdarstellung	nicht verwendet	6	2	1	9
	einmal verwendet	2	3	0	5
	mehrmals verwendet	0	0	6	6
Total		8	5	7	20

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standardized Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.617	.148	3.875	.000
N of Valid Cases		20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V4

Unvollstaendige Gewaltdarstellung * Unvollstaendige Gewaltdarstellung Crosstabulation

Count

		Unvollstaendige Gewaltdarstellung			Total
		nicht verwendet	einmal verwendet	mehrmals verwendet	
Unvollstaendige Gewaltdarstellung	nicht verwendet	1	1	0	2
	einmal verwendet	0	2	0	2
	mehrmals verwendet	3	3	10	16
Total		4	6	10	20

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standardized Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.364	.154	2.643	.008
N of Valid Cases		20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V5

Erkennbarkeit des Protagonisten * Erkennbarkeit des Protagonisten
Crosstabulation

Count

		Erkennbarkeit des Protagonisten		Total
		erkennbar	nicht erkennbar	
Erkennbarkeit des Protagonisten	erkennbar	17	0	17
	nicht erkennbar	0	3	3
Total		17	3	20

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standardized Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases		20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V6

Persönliche Angaben * Persönliche Angaben Crosstabulation

Count

		Persönliche Angaben		Total
		wird demonstriert	nicht demonstriert	
Persönliche Angaben	wird demonstriert	12	0	12
	nicht demonstriert	1	4	5
Total		13	4	17

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.850	.144	3.543	.000
N of Valid Cases		17			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V7

Beschaeftigung des Protagonisten * Beschaeftigung des Protagonisten
Crosstabulation

Count

		Beschaeftigung des Protagonisten		Total
		vorhanden	nicht vorhanden	
Beschaeftigung des Protagonisten	vorhanden	5	2	7
	nicht vorhanden	0	10	10
Total		5	12	17

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standardized Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.746	.163	3.181	.001
N of Valid Cases		17			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V8

Familie des Protagonisten * Familie des Protagonisten Crosstabulation

Count

		Familie des Protagonisten		Total
		vorhanden	nicht vorhanden	
Familie des Protagonisten	vorhanden	7	3	10
	nicht vorhanden	1	6	7
Total		8	9	17

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standardized Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.534	.198	2.265	.024
N of Valid Cases		17			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V9

Liebesinteresse des Protagonisten * Liebesinteresse des Protagonisten Crosstabulation

Count

		Liebesinteresse des Protagonisten		Total
		wird demonstriert	nicht demonstriert	
Liebesinteresse des Protagonisten	wird demonstriert	6	2	8
	nicht demonstriert	1	8	9
Total		7	10	17

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.643	.185	2.672	.008
N of Valid Cases		17			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V10

Freunde des Protagonisten * Freunde des Protagonisten Crosstabulation

Count

		Freunde des Protagonisten		Total
		wird demonstriert	nicht demonstriert	
Freunde des Protagonisten	wird demonstriert	7	0	7
	nicht demonstriert	3	7	10
Total		10	7	17

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.658	.169	2.886	.004
N of Valid Cases		17			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V11

Voice-over des Protagonisten * Voice-over des Protagonisten Crosstabulation

Count

		Voice-over des Protagonisten		Total
		wird demonstriert	nicht demonstriert	
Voice-over des Protagonisten	wird demonstriert	8	1	9
	nicht demonstriert	0	8	8
Total		8	9	17

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.883	.113	3.665	.000
N of Valid Cases		17			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V12

Persönliche Angaben * Persönliche Angaben Crosstabulation

Count

		Persönliche Angaben		Total
		wird demonstriert	nicht demonstriert	
Persönliche Angaben	wird demonstriert	12	0	12
	nicht demonstriert	1	4	5
Total		13	4	17

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.850	.144	3.543	.000
N of Valid Cases		17			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Zweiter Pre-Test

V3

Unvollstaendige Gewaltdarstellung * Unvollstaendige Gewaltdarstellung Crosstabulation

Count

		Unvollstaendige Gewaltdarstellung			Total
		nicht verwendet	einmal verwendet	mehrmals verwendet	
Unvollstaendige Gewaltdarstellung	nicht verwendet	2	1	0	3
	einmal verwendet	0	3	0	3
	mehrmals verwendet	1	2	11	14
Total		3	6	11	20

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standardized Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.635	.151	4.026	.000
N of Valid Cases		20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

V8

Familie des Protagonisten * Familie des Protagonisten Crosstabulation

Count

		Familie des Protagonisten		Total
		vorhanden	nicht vorhanden	
Familie des Protagonisten	vorhanden	7	2	9
	nicht vorhanden	1	7	8
Total		8	9	17

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standardized Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Measure of Agreement	Kappa	.648	.183	2.691	.007
N of Valid Cases		17			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Überprüfung der Hypothesen

Hypothese 1

Untergruppe * VisueleEffekte Crosstabulation

			VisueleEffekte			Total
			nicht verwendet	einmal	mehrmals	
Untergruppe	ParPs	Count	39	22	39	100
		Expected Count	28.5	21.5	50.0	100.0
		% within Untergruppe	39.0%	22.0%	39.0%	100.0%
		% within VisueleEffekte	68.4%	51.2%	39.0%	50.0%
	Grafisch	Count	18	21	61	100
		Expected Count	28.5	21.5	50.0	100.0
		% within Untergruppe	18.0%	21.0%	61.0%	100.0%
		% within VisueleEffekte	31.6%	48.8%	61.0%	50.0%
Total	Count	57	43	100	200	
	Expected Count	57.0	43.0	100.0	200.0	
	% within Untergruppe	28.5%	21.5%	50.0%	100.0%	
	% within VisueleEffekte	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.600 ^a	2	.002
Likelihood Ratio	12.825	2	.002
Linear-by-Linear Association	12.451	1	.000
N of Valid Cases	200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21.50.

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.251	.002
	Cramer's V	.251	.002
	Contingency Coefficient	.243	.002
N of Valid Cases		200	

Hypothese 2

Untergruppe * Vollstaengige_Gewaltdarstellung Crosstabulation

			Vollstaengige_Gewaltdarstellung			Total
			nicht demonstriert	einmal	mehrmals	
Untergruppe	Suggestiv	Count	33	34	33	100
		Expected Count	21.5	27.5	51.0	100.0
		% within Untergruppe	33.0%	34.0%	33.0%	100.0%
	Grafisch	Count	10	21	69	100
		Expected Count	21.5	27.5	51.0	100.0
		% within Untergruppe	10.0%	21.0%	69.0%	100.0%
Total	Count	43	55	102	200	
	Expected Count	43.0	55.0	102.0	200.0	
	% within Untergruppe	21.5%	27.5%	51.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	28.081 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	29.054	2	.000
Linear-by-Linear Association	27.145	1	.000
N of Valid Cases	200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21.50.

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.375	.000
	Cramer's V	.375	.000
	Contingency Coefficient	.351	.000
N of Valid Cases		200	

Hypothese 3

		Unvollstaendige_Gewaltdarstellung			Total	
		nicht demonstriert	einmal	mehrmals		
Untergruppe	Suggestiv	Count	26	32	42	100
		Expected Count	22.0	20.0	58.0	100.0
		% within Untergruppe	26.0%	32.0%	42.0%	100.0%
	Grafisch	Count	18	8	74	100
		Expected Count	22.0	20.0	58.0	100.0
		% within Untergruppe	18.0%	8.0%	74.0%	100.0%
Total	Count	44	40	116	200	
	Expected Count	44.0	40.0	116.0	200.0	
	% within Untergruppe	22.0%	20.0%	58.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24.682 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	25.825	2	.000
Linear-by-Linear Association	11.874	1	.001
N of Valid Cases	200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 20.00.

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.351	.000
	Cramer's V	.351	.000
	Contingency Coefficient	.331	.000
N of Valid Cases		200	

Hypothese 4

Protagonist * Untergruppe

Crosstab

		Untergruppe		Total	
		Suggestiv	Grafisch		
Protagonist	Nein	Count	5	40	45
		Expected Count	22.5	22.5	45.0
	Ja	Count	95	60	155
		Expected Count	77.5	77.5	155.0
Total		Count	100	100	200
		Expected Count	100.0	100.0	200.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	35.125 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	33.147	1	.000		
Likelihood Ratio	38.960	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	34.950	1	.000		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22.50.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-.419	.000
	Cramer's V	.419	.000
	Contingency Coefficient	.387	.000
N of Valid Cases		200	

Name * Untergruppe

Crosstab

		Untergruppe		Total	
		Suggestiv	Grafisch		
Name	Nein	Count	59	84	143
		Expected Count	71.5	71.5	143.0
	Ja	Count	41	16	57
		Expected Count	28.5	28.5	57.0
Total		Count	100	100	200
		Expected Count	100.0	100.0	200.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	15.336 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	14.133	1	.000		
Likelihood Ratio	15.740	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	15.259	1	.000		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28.50.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-.277	.000
	Cramer's V	.277	.000
	Contingency Coefficient	.267	.000
N of Valid Cases		200	

Beschaeftigung * Untergruppe

Crosstab

			Untergruppe		Total
			Suggestiv	Grafisch	
Beschaeftigung	Nein	Count	62	71	133
		Expected Count	66.5	66.5	133.0
	Ja	Count	38	29	67
		Expected Count	33.5	33.5	67.0
Total	Count	100	100	200	
	Expected Count	100.0	100.0	200.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.818 ^a	1	.178		
Continuity Correction ^b	1.436	1	.231		
Likelihood Ratio	1.822	1	.177		
Fisher's Exact Test				.231	.115
Linear-by-Linear Association	1.809	1	.179		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33.50.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-.095	.178
	Cramer's V	.095	.178
	Contingency Coefficient	.095	.178
N of Valid Cases		200	

Familie * Untergruppe Crosstabulation

			Untergruppe		Total
			Suggestiv	Grafisch	
Familie	Nein	Count	48	87	135
		Expected Count	67.5	67.5	135.0
	Ja	Count	52	13	65
		Expected Count	32.5	32.5	65.0
Total	Count		100	100	200
	Expected Count		100.0	100.0	200.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	34.667 ^a	1	.000	.000	.000
Continuity Correction ^b	32.912	1	.000		
Likelihood Ratio	36.486	1	.000		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	34.493	1	.000		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32.50.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-.416	.000
	Cramer's V	.416	.000
	Contingency Coefficient	.384	.000
N of Valid Cases		200	

Partner * Untergruppe

Crosstab

			Untergruppe		Total
			Suggestiv	Grafisch	
Partner	Nein	Count	60	83	143
		Expected Count	71.5	71.5	143.0
	Ja	Count	40	17	57
		Expected Count	28.5	28.5	57.0
Total	Count		100	100	200
	Expected Count		100.0	100.0	200.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	12.980 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	11.876	1	.001		
Likelihood Ratio	13.266	1	.000		
Fisher's Exact Test				.001	.000
Linear-by-Linear Association	12.915	1	.000		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28.50.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-.255	.000
	Cramer's V	.255	.000
	Contingency Coefficient	.247	.000
N of Valid Cases		200	

Freunde * Untergruppe

Crosstab

			Untergruppe		Total
			Suggestiv	Grafisch	
Freunde	Nein	Count	77	69	146
		Expected Count	73.0	73.0	146.0
	Ja	Count	23	31	54
		Expected Count	27.0	27.0	54.0
Total		Count	100	100	200
		Expected Count	100.0	100.0	200.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.624 ^a	1	.203		
Continuity Correction ^b	1.243	1	.265		
Likelihood Ratio	1.628	1	.202		
Fisher's Exact Test				.265	.132
Linear-by-Linear Association	1.615	1	.204		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27.00.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.090	.203
	Cramer's V	.090	.203
	Contingency Coefficient	.090	.203
N of Valid Cases		200	

VoiceOver * Untergruppe

Crosstab

		Untergruppe		Total	
		Suggestiv	Grafisch		
VoiceOver	Nein	Count	51	81	132
		Expected Count	66.0	66.0	132.0
	Ja	Count	49	19	68
		Expected Count	34.0	34.0	68.0
Total		Count	100	100	200
		Expected Count	100.0	100.0	200.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	20.053 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	18.739	1	.000		
Likelihood Ratio	20.580	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	19.953	1	.000		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 34.00.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	-.317	.000
	Cramer's V	.317	.000
	Contingency Coefficient	.302	.000
N of Valid Cases		200	

PersönlicheInfo * Untergruppe

Crosstab

			Untergruppe		Total
			Suggestiv	Grafisch	
PersönlicheInfo	Nein	Count	38	74	112
		Expected Count	56.0	56.0	112.0
	Ja	Count	62	24	86
		Expected Count	43.0	43.0	86.0
	2	Count	0	2	2
		Expected Count	1.0	1.0	2.0
Total		Count	100	100	200
		Expected Count	100.0	100.0	200.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	30.362 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	31.937	2	.000
Linear-by-Linear Association	21.499	1	.000
N of Valid Cases	200		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.00.

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.390	.000
	Cramer's V	.390	.000
	Contingency Coefficient	.363	.000
N of Valid Cases		200	