



Genuine

Claudia Bullerjahn

Bilder in Film und Fernsehen werden häufig von Musik begleitet. Durch vielfältige Möglichkeiten des Zusammenspiels von Bild und Musik ergeben sich Wirkungen, die für Wissenschaftler unterschiedlicher Richtungen (Medienwissenschaft, Psychologie, Soziologie, Pädagogik) interessant sind. Für die Einschätzung der Wirkungen von musikunterstützten Medieninhalten sind neben speziellen Eigenschaften der Musik auch Charakteristika der Zuhörer zu berücksichtigen. Entgegen früheren Vermutungen und Befürchtungen sind solche Wirkungen häufig weniger ausgeprägt als erwartet.

# Bad der Gefühle und heimlicher Erzähler\*

## Zu den Wirkungen von Filmmusik

### Filmmusik als bildbegleitende Musik

Beschäftigt man sich mit der Psychologie von Musik im Verbund mit Bildern, so ist es ratsam, in Anlehnung an Schmidt (1993) eine grundsätzliche Unterscheidung zu treffen zwischen bildbegleitender Musik und bildbegleiteter Musik (z. B. Musikvideos). Zur *bildbegleitenden Musik* zählen insbesondere Filmmusik im engeren Sinne (z. B. im Spielfilm oder in der Fernsehserie) und Musik in der audiovisuellen Werbung. Außerdem kann man unterscheiden, ob es sich bei der Musik um das einzige akustische Element handelt oder ob Musik in Konkurrenz zu Sprache und/oder Geräuschen steht.

Die Koordination des akustischen mit dem optischen Geschehen und umgekehrt ist prinzipiell über Analogiebildung auf drei Arten möglich:

- *strukturell* (Synchronität/Asynchronität in zeitlicher und räumlicher Hinsicht),
- *ausdrucksbezogen* (Parallelität/Gleichheit, Ambivalenz, Divergenz),
- *narrativ bzw. assoziativ* (Illustrieren, Präzisieren/Akzentuieren, Umdeuten, Kontrastieren).

Obwohl auch im Alltag ständig Reize unterschiedlicher Modalität zeitgleich einströmen, muss der Umgang mit audiovisuellen Medien und ihren speziellen Konventionen

erst erlernt werden. Audiovisuelle Wahrnehmung unterliegt soziokulturellen Einflüssen, ist einem historischen Wandel unterworfen und abhängig von den musikalisch-ästhetischen Normen des Publikums (Maas 1993).

### Theorie der Filmmusik

Schon die ersten historisch belegten öffentlichen Filmvorführungen wurden mit Musik begleitet, und auch heutige Kino- und Fernsehfilme besitzen überwiegend bildbegleitende Musik. Vor allem vier Gründe für die Entwicklung dieser Konvention lassen sich aufzeigen (Bullerjahn 2000, S. 60–64):

- *historisch*: Das antike Drama der Griechen ist ein Beispiel für viele andere Arten des Schauspiels, das eine Musikbegleitung pflegte. Insbesondere das der populären Unterhaltung des 19. Jahrhunderts zugehörige Melodrama sowie Laterna-magica-Vorführungen in vornehmen Salons des 19. Jahrhunderts hatten Vorbildfunktion für den Einsatz von Pianisten und Varietéorchestern im Stummfilmkino.
- *pragmatisch*: Musik wurde bei Stummfilmaufführungen für die generelle Neutralisierung bzw. Maskierung von akustischen Störfaktoren außerhalb und innerhalb des Vorführraums sowie zur Überbrückung längerer technischer Pausen genutzt.

### Anmerkung:

\*

Der Beitrag erschien in leicht abgewandelter Form bereits in: Bruhn, H./Kopiez, R./Lehmann, A. C. (Hrsg.): Musikpsychologie. Das neue Handbuch. Reinbek 2008

- *ästhetisch*: Musik lieferte beim Stummfilm einen Ersatz für die fehlende Sprache durch die musikalische Nachahmung des Redegestus und ergänzte die fehlende Räumlichkeit sowie Tiefe der zweidimensionalen, schwarz-weißen Bilder durch den Raumklang ihrer aktuellen Aufführung während der Filmvorführung. Darüber hinaus bot sie eine Zeitachse, anhand derer der Schnittrhythmus konkreter werden konnte, und vereinigte die vielfältigen Bildeindrücke in der Ganzheit einer logischen Folge von Gedanken und Handlungen.
- *psychologisch/anthropologisch*: Um dem menschlichen Bedürfnis nach Abbildung der physischen Realität Genüge zu tun sowie um die befremdliche und Angst auslösende Lautlosigkeit aufzuheben, simulierte man Geräusche mit Hilfe von Percussionsinstrumenten bzw. Geräuschmaschinen oder integrierte sie in die Stummfilmmusik. Musik verbindet das filmische Produkt mit dem Publikum zu einer Gemeinschaft und stellt einen festlichen Rahmen zur Verfügung, der den Kinobesuch vom Alltäglichen abgrenzt.

Im Zusammenhang mit der Erstellung, Beschreibung und Analyse von bildbegleitender Musik lassen sich verschiedene Begriffsebenen unterscheiden, die jeweils unterschiedliche Perspektiven im Hinblick auf das Betrachtungsobjekt widerspiegeln (Bullerjahn 2001, S. 11–14). Mit *Funktionen* meint man Aufgaben, die bildbegleitende Musik im Rahmen der Gesamtdramaturgie eines audiovisuellen Mediums und seiner Vermarktung erfüllen soll. Festgelegt werden diese vorrangig vom Regisseur und Komponisten, aber auch Tonmeister und Cutter, wobei alle Beteiligten mit dem Einsatz von Musik bestimmte Wirkungen beim Filmbetrachter zu erzielen hoffen. Funktionen können also auch als „intendierte Wirkungen“ umschrieben werden. Versuche der Systematisierung von filmmusikalischen Funktionen und funktionsadäquaten Vertonungsverfahren liegen von verschiedenen Autoren vor (z. B. Kloppenburg 2000; Bullerjahn 2001, S. 58–99).

Jeder Filmbetrachter verspürt einige *Wirkungen* von bildbegleitender Musik bewusst und ist anderen unbewusst unterworfen. Diese musikalischen Wirkungen sind zudem für ihn nicht von der Gesamtwirkung des audiovisuellen Produkts zu trennen. Außerdem sind sie individuell, da jeder Rezipient über andere Erfahrungen, Einstellungen, Prädispositionen und Persönlichkeitsmerkmale verfügt, die seine Wahrnehmung lenken und prägen (Bullerjahn 2001, S. 123–296).

Bei der Analyse von Filmmusik werden implizite ästhetische Vorentscheidungen der Schöpfer von Bild und Musik erkennbar, wie z. B. das Abzielen auf Einfühlung oder kritische Distanz oder das Anstreben einer geschlossenen oder offenen Gesamtform (Bullerjahn 2005). Da-

bei besteht immer die Gefahr von statischen Zustandsbeschreibungen der Bild-Musik-Beziehung (Bullerjahn 2001, S. 31–52).

Das *Modell zur Wirkung von Filmmusik* (Abb. 1, Bullerjahn 2001, S. 126) verdeutlicht, dass sowohl spezielle Eigenschaften der Musik als auch Relationen zur Sprach- und Bildebene sowie Charakteristika des Rezipienten bei der Einschätzung von filmmusikalischen Wirkungen Berücksichtigung finden müssen. Bei Musik in TV-Werbespots ist noch zusätzlich die Relation zum Werbeumfeld von Relevanz (Bullerjahn 2006, S. 214).

### Rezeption und Wirkung von Filmmusik

Bei der Rezeption eines Films spielen sowohl alltägliche Wahrnehmungsmechanismen als auch erlernte Filmkonventionen eine zentrale Rolle. Ein Film zeigt keineswegs alle Aspekte der Wirklichkeit, sondern er präsentiert Inhalte in einer verkürzten, gerafften Darstellung, die erst während der Rezeption mit Sinn gefüllt werden muss. Daten- und hypothesengeleitete Wahrnehmungsprozesse stehen hierbei in einem mehr oder weniger ausgewogenen Wechselspiel zueinander, weshalb die Medienkompetenzen und musikalischen Erfahrungen bei der Filmbetrachtung die persönliche Wahrnehmung und Interpretation des Filminhalts prägen.

Bei Redundanzen durch eine Übereinstimmung zwischen Bild- und Musikebene ist ein Verständnis in der intendierten Weise zuverlässig gewährleistet. Bei einer komplementären, stimmigen Ergänzung ergibt sich die Gesamtbedeutung erst aus der vollständigen Berücksichtigung beider Ebenen, wofür schon gewisse Wahrnehmungskompetenzen erforderlich sind. Bei disparater oder diskrepanter Musik-Bild-Relation macht die durch die gegensätzlichen Assoziationskomplexe erzeugte kognitive Dissonanz eine Interpretation erforderlich, deren Ausrichtung durch die Filmbestandteile nicht vollständig definiert ist. Es ist hier keineswegs sichergestellt, dass der Betrachter den Film in der bei dessen Produktion intendierten Weise versteht.

Vermutlich interagieren auditive und visuelle Modalitäten während der Wahrnehmung – und eine Filmbewertung erfolgt deshalb immer in Bezug auf die Filmgesamtheit als ein einziger kognitiver Effekt (Cohen 2001). Einzelaspekte des Films wie z. B. Einstellungsgrößen oder Filmmusik dringen in der Regel während des Filmerlebens nicht ins Bewusstsein, da vor allem bei narrativen Filmen das Hauptinteresse während der Rezeption auf dem Verfolgen des Fabelverlaufs liegt. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Filmmusik in affektiver und struktureller Hinsicht kongruent zum Bild eingesetzt und konventionell gestaltet ist. Allerdings fällt stilistisch ungewöhnliche Musik auf und wird deshalb von musikalischen Laien häufig als störend empfunden (Cohen 1990).

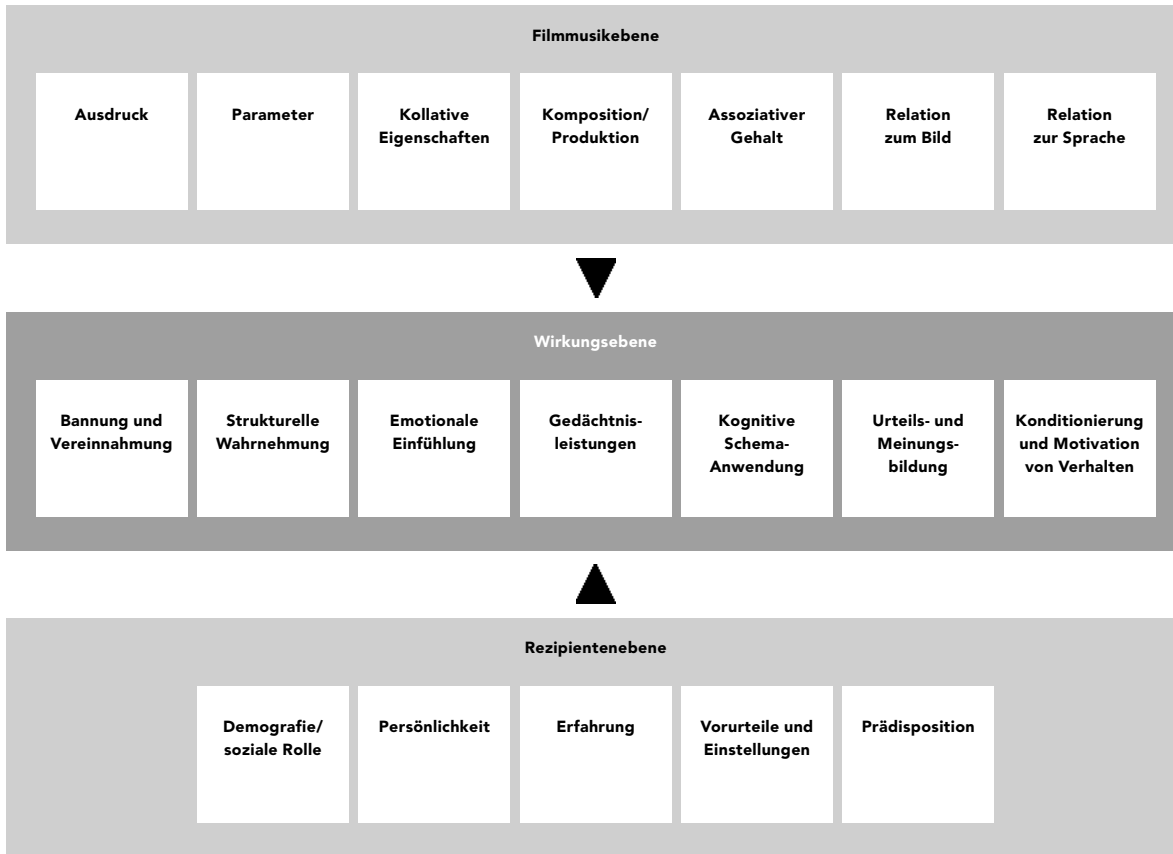


Abb. 1:  
Das Modell zur Wirkung  
von Filmmusik

Dies ist damit zu begründen, dass im menschlichen Kurzzeitgedächtnis nur begrenzte Bearbeitungskapazitäten zur Verfügung stehen, weshalb es bei zu komplexem Material zur Ressourcenkonkurrenz kommen kann. Musikalische Experten sind im Hinblick auf auditives Material dagegen trainierter und können die limitierten Kapazitäten optimal ausschöpfen. Audiovisuelle Filmrezeption erfolgt vermutlich entweder unter geteilter Aufmerksamkeit mit changierender Aufmerksamkeitszuwendung oder – bedingt durch Übung – unter Automatisierung der Verarbeitung eines oder sogar beider Bestandteile. Dies bedeutet nicht, dass die unbewussten Filmbestandteile unerheblich für die Konstruktion der Filmfabel sind; sie sind nur nicht dem expliziten Abruf zugänglich (Lipscomb 1990). Prägnante, intensive und überraschend ein- oder aussetzende Musik kann Orientierungsreaktionen hervorrufen, welche mit erhöhter Wachsamkeit und Neugier einhergehen, die in der Regel dann dem Bild zugewendet werden (Wakshlag/Reitz/Zillmann 1982).

Filmmusik ist in der Lage, das visuelle Wahrnehmungsfeld zu strukturieren und dessen Prägnanz zu erhöhen, wenn beispielsweise eine Bildersequenz vor einem gleichbleibenden musikalischen Grund zu einer Einheit verschmilzt. Filmmusik kann aber auch die visuell vorgegebene Gliederung eines Films in Sequenzen, Szenen oder Einstellungen akzentuieren oder nivellieren (Strauch 1980). Dabei wird der Eindruck von Synchronität sogar

durch nur ungefähre musikalische Bewegungsillustrationen erzeugt. Bei der Filmwahrnehmung wird die Lokalisation von Geräuschen in hohem Maße von der visuellen Anordnung der Geräuschquelle beeinflusst. Es gibt außerdem einige Thesen darüber, wie Filmmusik auf das subjektive Zeitempfinden Einfluss nimmt (z. B. Schneider 1997, S. 168–172).

Insbesondere Hollywoodfilme sind im Hinblick auf eine emotionale Einfühlung konzipiert, woran Filmmusik einen hohen Anteil hat. In der Regel wählen Rezipienten einen Film gezielt hinsichtlich der zu erwartenden Stimmungen aus, um an den Gefühlen der Protagonisten teilzuhaben. Auf der körperlichen Ebene ist die durch den affektiven Einbezug erzeugte Erregung durch Messung des elektrischen Hautwiderstands belegbar (Thayer/Levenson 1983). Bild-Musik-Paarungen können Stimmungen bei der Filmbetrachtung signifikant beeinflussen. Dabei ist die Musik entscheidend im Hinblick auf die Festlegung der Richtung solcher Stimmungsänderungen, wenn ein passender visueller Stimulus eine kognitive Zuschreibung erlaubt (z. B. Frau am Sterbebett ihres Ehemannes – volles Streichorchester mit Moll-Kantilene verdeutlicht ihr Leid) und keine anders ausgerichteten Kognitionen stören (Stratton/Zalanowski 1989; 1991). Zahlreiche Untersuchungen belegen, dass der musikalische Ausdruck den emotionalen Gesamteindruck eines Films beeinflussen kann (z. B. Holicki/Brosius 1988;

**Literatur:**

**Boeckmann, K./Nessmann, K./Petermandl, M./Stückler, H.:**

*Zum Einfluß von Hintergrundmusik in Bildungsfilmern auf Behaltensleistung und Beurteilung.* In: Rundfunk und Fernsehen, 38/1990/1, S. 37–47

**Bolivar, V. J./Cohen, A. J./Fentress, J. C.:**

*Semantic and formal congruency in music and motion pictures: Effects on the interpretation of visual action.* In: Psychomusicology, 13/1994/1+2 (Special Volume on Film Music), S. 28–59

**Boltz, M. G.:**

*Musical soundtracks as a schematic influence on the cognitive processing of filmed events.* In: Music Perception, 18/2001/4, S. 427–454

**Boltz, M. G./Schulkind, M./Kanttra, S.:**

*Effects of background music on the remembering of filmed events.* In: Memory and Cognition, 19/1991/6, S. 593–606

**Bullerjahn, C.:**

*Musik zum Stummfilm.* In: J. Kloppenburg (Hrsg.): Musik multimedial – Filmmusik, Videoclip, Fernsehen. Laaber 2000, S. 57–83

**Bullerjahn, C.:**

*Grundlagen der Wirkung von Filmmusik.* Augsburg 2001

**Bullerjahn, C.:**

*Analyse von Filmmusik und Musikvideos.* In: L. Mikos/C. Wegener (Hrsg.): Qualitative Medienforschung. Konstanz 2005, S. 484–495

**Bullerjahn, C.:**

*The effectiveness of music in television commercials: A comparison of theoretical approaches.* In: S. Brown/U. Volgsten (Hrsg.): Music and Manipulation. New York 2006, S. 207–235

**Bullerjahn, C./Braun, U./Güldenring, M.:**

*Wie haben Sie den Film gehört?* In: Musikpsychologie, 10/1994, S. 140–158

**Cohen, A. J.:**

*Understanding musical soundtracks.* In: Empirical Studies of the Arts, 8/1990/2, S. 111–124

Bolivar/Cohen/Fentress 1994; Vitouch 2001). Dabei ist Musik immer dann besonders erfolgreich, wenn der Film recht statisch und handlungsarm sowie neutral ist. In diesem Fall hat Musik eine emotional polarisierende Wirkung. Die Diskrepanz zwischen dem musikalischen und dem filmischen Ausdruck erweist sich dagegen als wirksames Mittel zur Spannungserzeugung.

Mit Hilfe der aus der Oper übernommenen Leitmotivtechnik kann ein innerfilmisches Netz von Assoziationen aufgebaut werden. Bereits die Exposition des Films vermittelt Zuordnungen bestimmter musikalischer Motive zu den Protagonisten, die im Verlauf des Films ständig erweitert werden. Leitmotive fungieren als Hinweisreize, die den Abruf von Gedächtnisinhalten erlauben, was bei Laien wohl nur funktioniert, wenn Leitmotive nicht zu stark variieren und nicht in Kombination auftreten. Filmmusik kann vermutlich dadurch unterstützend auf das Behalten von Handlungsdetails oder Fakten einwirken, dass sie die Aufmerksamkeit auf die relevanten visuellen Details lenkt, das Material strukturell organisiert, als Kontextinformation emotional etikettiert und die Elaborierung anregt. Empirische Untersuchungen aus verschiedenen Bereichen belegen, dass Musik als Abrufreiz das Wiedererkennen von Filmszenen und -objekten begünstigen kann, selbst wenn diese vorher in einem Reproduktionstest nicht dem Abruf zugänglich waren (z. B. Stewart/Farmer/Stannard 1990; Boltz/Schulkind/Kanttra 1991). Eine Reproduktion, bei der ein musikalischer Hinweisreiz vorgegeben wird, gelingt besser als eine mit verbalem Hinweisreiz. Gedächtnisleistungen sind ferner sowohl von der Musikplatzierung als auch von ihrer Affektkongruenz im Hinblick auf die jeweilige Szene abhängig. Außergewöhnliche Musikunterlegungen führen bei produktbeschreibenden Werbespots zu besseren Reproduktionsleistungen als dem Klischee entsprechende Musikunterlegungen. Während eine durchlaufende Hintergrundmusik das Behalten von auditiv dargebotener verbaler Information stört, wird die Erinnerung an visuelle Details eher gefördert (Boeckmann/Nessmann/Petermandl/Stückler 1990).

Um eine filmische Erzählung (Narration) verstehen zu können, müssen Filmbetrachter verschiedene im Gedächtnis gespeicherte Wissensbestände besitzen: narratives Wissen, generelles Weltwissen und einen Wissensbestand über filmische Darbietungsformen (z. B. Geräusch- und Musikbehandlung). Die Narration eines Films ist nicht als einzelner Erzählstrang vorgegeben, sondern muss bei der Filmbetrachtung durch Annahmen und Schlussfolgerungen aus mehreren, zumeist kausal verknüpften Erzählsträngen erst erschlossen werden. Während der Filmrezeption bringen Rezipienten ihre gegenwärtige mentale Repräsentation der gesamten bisher erzählten Geschichte fortwährend durch neue Information auf den neuesten Stand. Besonders im Vorspann ist

Filmmusik von maßgeblicher Bedeutung: Je prototypischer die Musik für ein bestimmtes Genre wie Krimi oder Heimatfilm ist, desto eher löst sie stereotype und relativ fixierte Erwartungen aus (Bullerjahn/Braun/Güldenring 1994; Boltz 2001).

In den 1970er-Jahren hegten einige Forscher Ängste vor Urteils- und Meinungsbeeinflussungen durch Filmmusik und ihrer Rolle als Verstärker von stereotypen musikalischen Sichtweisen. Verglichen damit kann man die empirisch belegten Wirkungen als sehr gering ansehen (z. B. Schmidt 1976). So beeinflusst der Einsatz einer musikalischen Unterlegung, die von der Publikumszielgruppe gewöhnlich präferiert wird, keineswegs zuverlässig eine Einstellung oder ein Vorurteil gegenüber einem Einstellungsobjekt. Musik ist anscheinend nur in der Lage, die in ihrer Einstellung labilen Rezipienten in der gewünschten Weise zu beeinflussen sowie die bereits überzeugten in ihrer Meinung zu bekräftigen. Liegen über das Einstellungsobjekt dagegen nur unvollständige Informationen vor, so erhält Musik wiederum eine bedeutendere Rolle. Filmmusik kann teilweise die Akzeptanz und Attraktivität eines Films steigern. Hierbei scheint die wahrgenommene Übereinstimmung zwischen Bild und Musik entscheidend zu sein. Möglicherweise sind insbesondere Personen mit eingeschränkter Filmerfahrung hinsichtlich ihrer Bewertung durch ansprechende Filmmusik beeinflussbar.

Ein bestimmtes Fernsehprogramm wird durch Zapfen wahrscheinlicher ausgewählt, wenn eine genretypische Filmmusik auf entsprechende Vorlieben trifft (z. B. für Krimis) oder eine ansprechende, heitere Musik dem Entspannungsbedürfnis von Berufstätigen am Feierabend entgegenkommt. Vermutlich spielt instrumentelles Lernen hierbei eine Rolle. Besonders in der Werbewirkungsforschung wird dagegen häufig auf das Paradigma der klassischen Konditionierung als Erklärungsansatz Bezug genommen (z. B. Gorn 1982), was umstritten ist (Kellaris/Cox 1989). Insbesondere bei produktbeschreibenden Werbespots scheint geeignete Musik das Produktwahlverhalten und die Kaufintentionen positiv beeinflussen zu können (z. B. Gorn/Goldberg/Chattopadhyay/Litvack 1991). Mancherorts wird die Nachahmung von in Filmen gezeigtem aggressivem Modellverhalten befürchtet bzw. von hilfsbereitem Verhalten erhofft. Diesbezügliche Effekte von Filmmusik konnten bisher nicht nachgewiesen werden (Kelmer/Stein 1975; Gadberry/Borroni/Brown 1981), wobei zu einer genaueren Abklärung allerdings die Untersuchung von unterschiedlichen Musikunterlegungen im Vergleich notwendig wäre.

## Resümee

Insgesamt betrachtet weisen zahlreiche Untersuchungen methodische Schwächen auf, weshalb die Resultate häufig keine eindeutigen Aussagen oder weiterreichende Schlussfolgerungen zulassen. In besonderer Weise betreffen diese Mängel bei experimentellen Studien das ausgewählte visuelle und auditive Stimulusmaterial, das nur äußerst selten professionellen Anforderungen Genüge tun kann. Schon aus diesem Grunde wäre eine vermehrte Zusammenarbeit mit Fachleuten aus den Bereichen Regie, Schnitt, Komposition, Produktion und Werbung anzustreben. Leider gibt es kaum Austausch zwischen den zahlreichen Wissenschaftsdisziplinen, die sich der Erforschung der Wirkungen von Filmmusik widmen, was auch die unterschiedlichen methodischen Ansätze und ihre nur bedingte Vergleichbarkeit erklärt. Wie allgemein in der psychologischen Forschung üblich, handelt es sich bei den Probanden größtenteils um Studierende der Anfangssemester, so dass eine Verallgemeinerung der Ergebnisse problematisch ist. Desgleichen finden sich kaum ökologisch valide Untersuchungen, d. h. solche, die in natürlichen Kontexten wie beim Kinobesuch, während eines Fernsehabends im Rahmen der Familie oder allein im eigenen Zimmer eines Jugendlichen durchgeführt wurden. Eine vertiefende Erforschung der hier aufgezeigten theoretischen Ansätze sowie eine vermehrte Kooperation verschiedener Forschungsdisziplinen im internationalen Rahmen wären wünschenswert.

### Cohen, A. J.:

*Music as a source of emotion in film.* In: P. N. Juslin/J. A. Sloboda (Hrsg.): *Music and emotion.* Oxford 2001, S. 249–272

### Gadberry, S./Borroni, A./Brown, W.:

*Effects of camera cuts and music on selective attention and verbal and motor imitation by mentally retarded adults.* In: *American Journal of Mental Deficiency,* 86/1981/3, S. 309–316

### Gorn, G. J.:

*The effects of music in advertising on choice behavior.* In: *Journal of Marketing,* 46/1982/4, S. 94–101

### Gorn, G. J./Goldberg, M. E./Chattopadhyay, A./Litvack, D.:

*Music and information in commercials: Their effects with an elderly sample.* In: *Journal of Advertising Research,* 31/1991/10+11, S. 23–32

### Holicki, S./Brosius, H.-B.:

*Der Einfluß von Filmmusik und nonverbialem Verhalten der Akteure auf die Wahrnehmung und Interpretation einer Filmhandlung.* In: *Rundfunk und Fernsehen,* 36/1988/2, S. 189–206

### Kellaris, J. J./Cox, A. D.:

*The effects of background music in advertising.* In: *Journal of Consumer Research,* 16/1989/1, S. 113–118

### Kelmer, O./Stein, A.:

*Fernsehen: Aggressionschule der Nation? Die Entlarvung eines Mythos.* Bochum 1975

### Kloppenburg, J.:

*Filmmusik: Stil – Technik – Verfahren – Funktionen.* In: J. Kloppenburg (Hrsg.): *Musik multimedial – Filmmusik, Videoclip, Fernsehen.* Laaber 2000, S. 21–56

### Lipscomb, S. D.:

*Perceptual judgment of the symbiosis between musical and visual components in film.* M. A. University of California. Los Angeles 1990 (UMI 1339408)

### Maas, G.:

*Filmmusik.* In: H. Bruhn/R. Oerter/H. Rösing (Hrsg.): *Musikpsychologie.* Ein Handbuch. Reinbek 1993, S. 203–208

### Schmidt, H.-C.:

*Musik als Einflußgröße bei der filmischen Wahrnehmung.* In: H.-C. Schmidt (Hrsg.): *Musik in den Massenmedien Rundfunk und Fernsehen.* Mainz 1976, S. 126–169

### Schmidt, H.-C.:

*Fernsehen.* In: H. Bruhn/R. Oerter/H. Rösing (Hrsg.): *Musikpsychologie.* Ein Handbuch. Reinbek 1993, S. 195–203

### Schneider, N. J.:

*Komponieren für Film und Fernsehen.* Mainz 1997

### Stewart, D. W./Farmer, K. M./Stannard, C. I.:

*Music as a recognition cue in advertising-tracking studies.* In: *Journal of Advertising Research,* 30/1990/4, S. 39–48

### Stratton, V. N./Zalawski, A. H.:

*The effects of music and paintings on mood.* In: *Journal of Music Therapy,* 26/1989/1, S. 30–41

### Stratton, V. N./Zalawski, A. H.:

*The Effects of Music and Cognition on Mood.* In: *Psychology of Music,* 19/1991, S. 121–127

### Strauch, H.:

*Der Einfluß von Musik auf die filmische Wahrnehmung am Beispiel von L. Bunuels „Un Chien Andalou“.* In: K.-E. Behne (Hrsg.): *Einzeluntersuchungen (=Musikpädagogische Forschung, Band 1).* Laaber 1980, S. 112–126

### Thayer, J. F./

### Levenson, R. W.:

*Effects of music on psychophysical responses to a stressful film.* In: *Psychomusicology,* 3/1983/1, S. 44–52

### Vitouch, O.:

*When your ear sets the stage: Musical context effects in film perception.* In: *Psychology of Music,* 29/2001/1, S. 70–83

### Wakshlag, J. J./Reitz, R. J./Zillmann, D.:

*Selective exposure to and acquisition of information from educational television programs as a function of appeal and tempo of background music.* In: *Journal of Educational Psychology,* 74/1982/5, S. 666–677

Dr. Claudia Bullerjahn ist Professorin für Systematische Musikwissenschaft und Musikulturen der Gegenwart an der Justus-Liebig-Universität Gießen sowie Mitherausgeberin des Jahrbuchs der Deutschen Gesellschaft für Musikpsychologie.

