

Sandra Pitum: Geschlechtsspezifische Rezeptionswirkung von Spielfilm-Trailern

Beitrag aus Heft »2005/02: Medien machen Schule?!«

Trailer sind heutzutage wesentliche Bestandteile des Fernsehprogramms; sie dienen im Kampf um Einschaltquoten der Eigenwerbung und Imagebildung. Aus diesem Grund ist es notwendiger denn je geworden, die Trailer anhand sorgfältig durchdachter Konzepte zu produzieren.

In der diesem Aufsatz zugrunde liegenden Studie wurde die Rezeption und Wirkung von Spielfilm-Trailern näher untersucht, und zwar unter geschlechtsspezifischem Aspekt.

Als wesentliche Elemente des Trailers wurden hierbei Bildaufbau und Musikuntermalung variiert und auf Erinnerung, Bewertung, Sehabsicht und emotionales Medienerleben hin getestet.

(merz 2005-1, S.60-64)