

Unterschiedliche Welten?
Massenmediale Inszenierung von politischen Machträgern
im Vergleich zwischen der deutschen, amerikanischen und
arabischen Kultur.

Inauguraldissertation
zur
Erlangung eines Doktorgrades
der Humanwissenschaftlichen Fakultät
der Universität zu Köln
nach der Promotionsordnung von 12.07.2007

vorgelegt von
Maria Nikolaeva Senokozlieva
geboren in Sofia, Bulgarien
Januar 2009

Für meine Mutter

*На моята Майчица
с цялата обич на света*

Vorwort

Die vorliegende Dissertation wurde im Januar 2009 eingereicht, von der Humanwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln angenommen und im Juni 2009 verteidigt.

Für das Gelingen dieser Arbeit möchte ich meinen besonderen Dank Herrn Prof. Dr. Gary Bente aussprechen. Als Betreuer und Lehrer gab er mir durch anregende Gespräche interessante Denkanstöße und Verbesserungsimpulse, die mich immer weitergebracht haben. Ich danke ihm auch dafür, dass ich meine Dissertation in einer inhaltlichen Anlehnung an das Projekt „Non-verbale Kommunikationspolitiken in der Individual- und Massenkommunikation: Ein Kulturvergleich in Deutschland, den Vereinigten Arabischen Emiraten und den USA“ anfertigen konnte. Der Wissensaustausch mit internationalen Projektpartnern, die universitären Auslandsaufenthalte wie auch die Teilnahme an zahlreichen internationalen Konferenzen, die er mir ermöglicht hat, haben meine wissenschaftliche Entwicklung sehr gefördert.

Bedanken möchte ich mich auch sehr bei Frau Prof. Dr. Nicole Krämer-Mertens, die immer ein offenes Ohr für mich hatte und mir jederzeit ihre kompetente Unterstützung gab. Ihr wissenschaftliches Hinterfragen und menschlicher Rat haben mir geholfen, Präzision zu entwickeln und den Glauben nicht zu verlieren.

Ein großer Dank gilt Lisa Aelker, Nina Haferkamp, und Astrid Jansen wie auch den studentischen Hilfskräften dafür, dass sie mich im Rahmen des Projektes bei den zeitintensiven und umfangreichen Datenerhebungen unterstützt haben.

Ein ganz besonderer Dank geht an dieser Stelle an meine Kolleginnen und Freundinnen Caroline Schwarz und Sibylle Pennig, die mir mit viel Geduld und Engagement bei den Korrekturen geholfen haben. Die kritischen Fragen, Anmerkungen und Diskussionen haben nicht nur zu einer sprachlichen Verbesserung, sondern auch zu einem inhaltlichen Gewinn beigetragen. Speziell bei Sibylle Pennig möchte ich mich für ihre unschätzbare Hilfsbereitschaft und freundschaftliches Verständnis bedanken, die sie mir gegenüber in schwierigen Momenten aufgebracht hat.

Meinem Freund Peter Schmitz-Hüser danke ich mit meinem ganzen Herzen. Er stand in der stressigsten Phase dieser Arbeit bedingungslos an meiner Seite und hat sich detailliert mit dem schriftlichen Manuskript auseinandergesetzt. Durch seine Sorgfalt ist es ihm gelungen, die Ecken und Kanten dieser Arbeit abzurunden. Sein menschliches Verständnis, Rat und Aufmunterung haben mich in Krisensituationen aufgebaut.

Nicht an letzter Stelle danke ich meiner Familie und meinen Freunden für den grenzenlosen Glauben und die Unterstützung, für das Verständnis und die Geduld in all der schwierigen Zeit, die sie mit mir geteilt haben.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Theoretischer Hintergrund	5
2.1 Massenmediale Kommunikation	6
2.1.1 Schlüsselbegriffe der Nachrichtenselektion, -konstruktion und -übertragung.....	6
2.1.2 Grundlagen der Analyse medienvermittelter Prozesse.....	11
2.1.3 Medialisierung der Politik.....	12
2.1.4 Mediale Inszenierungstechniken, Face-ism-Effekt.....	17
2.1.4.1 Begriffsdefinition Face-ism.....	17
2.1.4.2 Der Face-ism-Effekt.....	17
2.1.4.3 Der Face-ism-Index.....	18
2.1.4.4 Befunde und Erklärungsansätze zum Face-ism-Effekt.....	19
2.1.5 Massenmedialer Rahmen interpersoneller Kommunikation.....	24
2.2 Kultur und interkulturelle Kommunikation	26
2.2.1 Hofstede's Kulturdimensionen.....	29
2.2.1.1 Power Distance.....	30
2.2.1.2 Uncertainty Avoidance.....	31
2.2.1.3 Individualism/ Collectivism.....	31
2.2.1.4 Masculinity.....	33
2.2.1.5 Long-Term Orientation.....	33
2.2.2 Hall's Theorie der Kultur-Kontexte und der interpersonellen Distanz.....	34
2.2.2.1 High-Context Kultur vs. Low-context Kultur.....	36
2.2.3 Das Wertesystem von S. Schwartz.....	37
2.2.4 Konsequenzen für die kulturelle Kommunikation.....	40
2.3 Nonverbale Kommunikation und Personwahrnehmung im Kulturkontext	46
2.4 Methodischen Herausforderungen	51
2.4.1 Ermittlung von Kulturunterschieden.....	51
2.4.2 Massenmediale Übertragung von Machtsignalen aus der interkulturellen Perspektive.....	52
2.4.3 Messung des nonverbalen Verhaltens aus der interkulturellen Perspektive.....	54
3 Empirie	59
3.1 Studie I: Makroanalyse medialer Inszenierung von Macht im Kulturvergleich	60
3.1.1 Forschungsfragen und Hypothesen.....	60
3.1.2 Pilotstudie.....	63
3.1.2.1 Methode.....	63

3.1.2.2 Ergebnisse der Pilotstudie	66
3.1.3 Hauptstudie.....	68
3.1.3.1 Methode.....	68
3.1.3.2 Ergebnisse der Hauptstudie	73
3.1.3.2.1 Thematische Zusammenstellung der Nachrichten.....	73
3.1.3.2.2 Gesamtanzahl der präsentierten Personen	74
3.1.3.2.3 Erste thematische Priorität – Hauptakteure	75
3.1.3.2.4 Zweite thematische Priorität – Kommunikativer Kontext (Personen im Hintergrund).....	77
3.1.3.2.5 Dritte thematische Priorität – Situativer Kontext (Dritte Ebene)	78
3.1.3.2.6 Medientechnische Perspektive, Kameraeinstellung	79
3.1.3.2.7 Handlungsrahmen und räumliches Setting	81
3.1.3.2.8 Inszenierung von politischen Akteuren.....	81
3.1.4 Zusammenfassung und Diskussion	85
3.2 Studie II: Mikroanalyse: Wirkung massenmedialer Unterschiede in der Inszenierung einzelner Machträger im Kulturvergleich	89
3.2.1 Fragestellungen und Hypothesen	90
3.2.1.1 Parametrische Inszenierungsunterschiede	90
3.2.1.2 Wahrnehmungsunterschiede.....	90
3.2.1.2.1 Wirkung medialer Inszenierung	90
3.2.1.2.2 Wirkung von Kultur	92
3.2.1.2.3 Zuschreibung von rezeptionsbedingten Kulturwerten.....	93
3.2.1.3 Strukturelle Unterschiede im nonverbalen Verhalten.....	94
3.2.2 Methode.....	96
3.2.2.1 Erste Datenerhebung und Vorbereitung der Stimuli- Auswahl	96
3.2.2.2 Auswahl der politischen Stimuli.....	97
3.2.2.3 Kodierprozess und Plattform	105
3.2.2.4 Parametrische Auswertung von Face-ism-Index und Strukturanalyse	107
3.2.2.5 Zweite Datenerhebung: Wahrnehmungsstudie	110
3.2.3 Ergebnisse Studie II.....	114
3.2.3.1 Das Phänomen Face-ism als medialer Darstellungsmodus.....	114
3.2.3.2 Wirkung von medial inszenierten politischen Machträgern im Kulturvergleich.....	117
3.2.3.2.1 Wahrnehmung von politischen Machträgern in Abhängigkeit unterschiedlicher medialer Darstellung	119
3.2.3.2.2 Wahrnehmung von politischen Machträgern in Abhängigkeit unterschiedlicher Kulturzugehörigkeit	132
3.2.3.2.3 Rezeptionsbedingte Zuschreibung von Kulturwerten bei politischen Machträgern in Abhängigkeit von Kulturzugehörigkeit und Face-ism	156
3.2.3.3 Nonverbales Verhalten: Strukturanalyse	167
3.2.4 Zusammenfassung und Diskussion	170

4 Diskussion	177
5 Fazit und Ausblick	187
6 Zusammenfassung	189
7 Literatur	192
8 Online-Quellen	212
9 Abbildungsverzeichnis.....	215
10 Tabellenverzeichnis	218
11 Anhang.....	220

1 Einleitung

„World cooperation across local, regional, ethnic, cultural, and ideological borders will require sociocultural change: change in the way we think, the attitudes we possess and the behaviours we manifest”

(Smith, 1992, S. 201)

Die Überwindung kultureller Grenzen in der alltäglichen Kommunikation zwischen den Nationen gewinnt immer mehr an Bedeutung in unserer heutigen stark vernetzten und globalisierten Welt (Lee, Matsumoto, Kobayashi, Krupp, & Maniatis, 1992). Der regelmäßige Austausch zwischen den Kulturen wird durch die mediale Übertragung ermöglicht. Diese bringt jedoch die dringende Notwendigkeit nach Verständigung in dem Rahmen der medialisierten interkulturellen Kommunikation mit sich. Somit treten die Medien und deren Einfluss auf die Informationsübertragung immer mehr in den Vordergrund. Neue und klassische massenmediale Strukturen wie das Internet oder das Fernsehen bringen Menschen aus unterschiedlichen Ländern kommunikativ zusammen, indem sie die Teilnahme an denselben Nachrichten und Bildern ermöglichen.

Diese Informationen werden jedoch vor dem Hintergrund vieler bekannter und unbekannter Faktoren möglicherweise unterschiedlich präsentiert, gedeutet und verstanden. Cohen und Roeh (1992) zeigten, dass zwar dieselben Bildquellen von Sendern verschiedener Kulturen eingesetzt, jedoch nicht gleich inszeniert wurden: „the same raw material was clearly used by most of the stations...Although many of the same visuals were presented, meaningful different stories were told...” (S. 27). Dies wurde am Beispiel von Nachrichten über die irischen Parlamentswahlen im Jahr 1987 untersucht. Sie wurden von TV-Sendern in vier Ländern, den USA, England, Frankreich und Belgien, unterschiedlich aufbereitet und ausgestrahlt. Jedes Land setzte den Schwerpunkt der Berichterstattung in Bezug zu den eigenen kulturellen Werten und politischen Inhalten. Während in den USA die Betonung auf der Wirtschaftskrise in Irland fiel, wurden in Frankreich und Belgien die Nachrichten aus der „katholischen“ Sicht dargeboten. England sendete eine etwas neutralere Berichterstattung (Cohen & Roeh, 1992).

Massenmediale Präsentationen der sozialen Realität, insbesondere im Fernsehen, reflektieren somit ideologische Neigungen in den Darstellungen menschlicher Natur, sozialer Interaktionen wie auch Gesellschaftsstrukturen und -normen (Adoni & Mane, 1984; Grebner, 1972). Auf der anderen Seite stellte Harold Lasswell (1948) vor mehr als fünfzig Jahren die These auf, dass die Massenkommunikation soziale Einflüsse auf eine Gesellschaft ausübt. Er sah die Rolle des Mediums definiert als die Kontrolle eines größeren Umfeldes, der Meinungsbalancierung zwischen Teilen der Gesellschaft und der Übertragung von Kultur: „surveillance of the larger environment, achieving consensus among segments of society and transmission of culture (vgl. McCombs & Reynolds, 2002, S. 15). Kulturtheorien belegen, dass gerade die Übertragung von Werten, deren Explikation und die interne Aufrechterhaltung der Gesellschaftsstrukturen, spezifisch sind und sich zwischen den Kulturen unterscheiden (Hall, 1976, 1990; Hofstede, 1980, 2003; Markus & Kitayama, 1991, 2003; Schwartz, 1992, 1994). Beispielweise zeigen verschiedene Kulturen ein unterschiedliches Profil in Bezug auf das Weltverständnis. Die Relation zwischen Subjekten, Objekten und Ereignissen wird entweder global aus einer holistischen Sicht oder subjektiv aus einer analytisch-detaillierten Sicht betrachtet (Nisbett, Peng, Choi, & Norenzayan, 2001). Weitere Differenzen lassen sich sowohl im Hinblick auf unterschiedliche Einheiten der Gesellschaftskonstruktion (Individuen vs. Gruppen) als auch in der Distribution von Macht und Organisation von hierarchischen Statusunterschieden auffinden. Die Übertragung und Explikation von Statusunterschieden wiederum werden nicht nur in der interpersonellen Kommunikation, sondern auch im politischen System einer Kultur, widergespiegelt und manifestiert (Masters, Frey & Bente, 1991).

Politik und Medien werden in einer ständigen Interaktion gesehen (Schulz, 2008). Ferner gehen Autoren sogar davon aus, dass die Medien im Zentrum des politischen Systems stehen: „the center of the new political system appears to be the media“ (McLeod, Kosicki, & McLeod, 2002, S. 220) bzw. dass sich die Politik unter bestimmten Anforderungen der Medien befindet und dadurch modifiziert wird (Kepplinger, 2002). Dieser Zusammenhang schafft sowohl den kommunikativen Rahmen zwischen Gesellschaft und Politik innerhalb einer Kultur als auch zwischen den Kulturen. Genau dieser kommunikative Rahmen in Form von medialer Inszenierung politischer Machtträger ist von zentralem Interesse für die vorliegende Arbeit.

In den folgenden Studien sollen bedeutende Faktoren bei der Präsentation und Wahrnehmung von medial transferierten Nachrichten beleuchtet werden. Der Schwerpunkt wird dabei auf die mediale Inszenierung von Macht im Kulturvergleich gesetzt. Es soll geklärt werden, ob die Medien in verschiedenen Kulturen politische Machtträger systematisch medial unterschiedlich inszenieren und somit möglicherweise eine veränderte Wahrnehmung induzieren. Um dieses Vorhaben zu operationalisieren, werden Fernseh-nachrichten zwischen kontrastierenden Kulturen auf zwei Ebenen analysiert. Auf der ersten größeren, makroanalytischen Ebene werden kontextuelle Fragen der Machtinszenierung geklärt. Hauptzeit-Nachrichten aus drei Kulturen werden in Bezug auf Nachrichtenstruktur, Personalisierung und Kontextualisierung verglichen. Auf der zweiten tieferen, mikroanalytischen Ebene wird die Inszenierungstechnik verglichen und im Hinblick auf kontrastierende Kulturprofile die Wahrnehmung der inszenierten Personen aus der Perspektive der drei Kulturen beleuchtet. Darüber hinaus wird untersucht, ob durch die Bestimmung von Kulturwerten das herrschende medial inszenierte Gesellschaftssystem der einzelnen Kulturen erkannt werden kann.

Die vorliegende Arbeit entstand an der Universität zu Köln in der dritten Forschungsphase des Sonderforschungsbereiches SFB/ FK 427 des Kulturwissenschaftlichen Forschungskollegs "Medien und kulturelle Kommunikation". Konkret sind die Daten im Rahmen des DFG-Projektes „Nonverbale Kommunikationspolitiken in der Individual- und Massenkommunikation: Ein Kulturvergleich in Deutschland, den Vereinigten Arabischen Emiraten und den USA“ erhoben worden. In diesen Vergleich wurden kontrastierende Kulturen miteinbezogen. Nach Hofstede (1980, 2003) kulturellen Zuordnungen wurden die amerikanische als eine stark individualistische, die arabische als eine stark kollektivistische und die deutsche als eine eher individualistische Kultur gegenübergestellt.

Im Folgenden wird in Kapitel 2 zunächst der theoretische Hintergrund erläutert. Zu Beginn werden wichtige Konzepte der massenmedialen Kommunikation dargestellt (Kapitel 2.1). Dabei werden sowohl die Theorien zur Nachrichtenselektion, -konstruktion und -übertragung als auch methodische Erkenntnisse zur Analyse medienvermittelter Prozesse beachtet. Anschließend wird der Zusammenhang zwischen Medien und Politik abgeleitet und problematisiert. Ein besonderes Augenmerk wird in der vorliegenden Arbeit einer zentralen Inszenierungstechnik, dem Face-ism, gewidmet (Kapitel 2.1.4).

Darauf folgend wird der massenmediale Rahmen interpersoneller Kommunikation erläutert.

Im zweiten großen Abschnitt werden zentrale Theorien aus der kulturvergleichenden Forschung dargestellt (Kapitel 2.2). Angefangen mit Hofstede's Dimensionen über Edward T. Hall und Shalom Schwartz werden zentrale Konzepte dargestellt und anschließend in Kapitel 2.2.4 daraus Konsequenzen für die Kommunikation abgeleitet. Darauf folgend werden im kulturellen Rahmen Theorien zu Unterschieden im nonverbalen Verhalten und der Personwahrnehmung erläutert (Kapitel 2.3). Abschließend werden in Kapitel 2.4 methodische Herausforderungen dargestellt.

Die aus dem theoretischen Hintergrund abgeleiteten Fragestellungen und konkreten Hypothesen sowie die methodische Umsetzung werden im empirischen Teil in Kapitel 3 dargestellt. Dabei werden die beiden Analyseebenen getrennt betrachtet. Die Makroanalyse wird zuerst in Kapitel 3.1 vollständig dargestellt. Darauf folgend wird die Mikroanalyse mit den zugehörigen Fragestellungen, Methoden, Ergebnissen und der Diskussion in Kapitel 3.2 erläutert. Die allgemeinen Erkenntnisse dieser Arbeit werden in Kapitel 4 in einer übergreifenden Diskussion zusammengefasst und diskutiert. In dem abschließenden Kapitel 5 wird das Fazit der Studie gezogen und ein Ausblick für weitere Forschung gegeben. Kapitel 6 stellt eine Zusammenfassung dar.

2 Theoretischer Hintergrund

Im folgenden Kapitel werden die theoretischen Grundlagen der vorliegenden Arbeit erläutert, die als Basis zur Deduktion der empirischen Fragestellungen (Kap. 3) dienen. Um die Grundprinzipien der massenmedialen Kommunikation als relevante Umgebung der Stimuli zu beleuchten, werden zuerst in Kapitel 2.1.1 die Schlüsselbegriffe der Nachrichtenselektion und -konstruktion erläutert. In Kapitel 2.1.2 werden die Grundlagen zur Analyse medienvermittelter Prozesse dargestellt und in Kapitel 2.1.3. wird der Zusammenhang zwischen Medien und Politik hervorgehoben. Kapitel 2.1.4 stellt den Aspekt der medialen Inszenierung am Beispiel des Phänomens Face-ism dar. Die Ansätze zur Erforschung von Kulturunterschiede sind im Kapitel 2.2 aufgeführt.

2.1 Massenmediale Kommunikation

2.1.1 Schlüsselbegriffe der Nachrichtenselektion, -konstruktion und -übertragung

Die massenmediale Kommunikation, insbesondere die Nachrichtenforschung, stand während der letzten 50 Jahre in zahlreichen Studien im Betrachtungsfokus. Laut Kamps und Meckel (1998) kann die Nachrichtenforschung in drei Gebiete unterteilt werden: (1) Die Erforschung der Nachrichtenproduktion, (2) Die Untersuchung von Nachrichteninhalten mit Hilfe von qualitativen und quantitativen Methoden zur Ermittlung formaler und inhaltlicher Dimensionen und (3) Studien zur Rezeption und Wirkung von Nachrichten. Das Forschungsvorhaben der vorliegenden Arbeit gehört zwar zu dem zweiten Teilgebiet, dennoch werden hier zuerst die relevanten Konzepte des ersten Teilgebiets, die allgemein für Unterschiede in den Nachrichten verantwortlich sein können, erläutert. Staab (1990) fasst die Forschungstradition der Nachrichtenproduktion in drei zentralen Schwerpunkten zusammen: Gatekeeper-Forschung, News Bias-Forschung und Nachrichtenwert-Theorie.

Der Gatekeeper-Ansatz geht auf die psychologische Feldtheorie und die Entscheidungsprozess-Forschung des Psychologen Kurt Lewin zurück (vgl. Lewin, 1947). Lewin untersuchte die Rolle der Hausfrau im Prozess der Nahrungsmittelauswahl und -beschaffung in der Familie. In seiner Arbeit wies Lewin auf die Selektionsfunktion dieser Schlüsselfigur auch im Informationskontext hin: „This holds not only for food channels but also for the travelling of news items...“ (Lewin, 1947, S. 145). Dieses Erkenntnis wurde von David White (1950) aufgegriffen und an den Prozess der Nachrichtenselektion angepasst. David Whites Feldforschung konzentrierte sich auf die Selektionsstrategien der Person, welche die redaktionelle Funktion „wire editor“ an der Schnittstelle zwischen Nachrichtenquelle und Rezipient bekleidete. Diese Person wurde von White „Mr. Gates“ genannt. Durch eine Kombination von mehreren Analysemethoden – Input-Output-Analyse, Copy-Test und halbstrukturierte Befragung – konnte White zeigen, dass Mr. Gates Nachrichtenauswahl von dessen eigenen Erfahrungen, Einstellungen und Erwartungen abhing.

Bruce Westley und Malcom McLean (1955) haben den Gatekeeper-Ansatz in ein theoretisches Modell der Massenkommunikation integriert, indem sie das Modell von Newcomb (1953) um ein viertes Element erweitert haben. Laut des so definierten Modells erreichen bestimmte Umweltereignisse (X_1 , X_2 , X_3) einen Rezipienten (B) nur durch einen Kommunikator (A) und einen Gatekeeper (C). Die Information zwischen dem Umweltereignis, dem Kommunikator und dem Gatekeeper kann auf mehreren Kommunikationswegen weitergeleitet werden. Im Gegensatz dazu wird der Rezipient auf direktem Weg mit der durch den Gatekeeper an ihn weitergeleiteten Information konfrontiert (Staab, 1990). Die Berichterstattung hat in diesem Modell folgende Instanzen: die zu übertragende Information ist als Umweltereignis repräsentiert; die Journalisten sind die Gatekeeper, die eine intervenierende Rolle in der Informationskette spielen; die Nachrichtenberichterstattung findet auf dem Weg zwischen C und B statt und kann als eine abhängige Variable oder als ein Produkt der Intervention von C (Gatekeeper, Journalisten) gesehen werden (vgl. Staab, 1990). Zusammenfassend wurde die Bezeichnung „Gatekeeper“ Individuen zugeschrieben, die innerhalb eines Massenmediums Positionen bekleiden, in denen sie über den Informationsfluss von Kommunikationseinheiten (z.B. Annahme/Ablehnung einer Nachricht) entscheiden können. Gatekeeper-Prozesse können dabei auf verschiedenen Ebenen und auch mehrmals hintereinander an unterschiedlichen Stellen der oben beschriebenen Kommunikationskette zwischen X, A und C erfolgen, z. B. beim Reporter, Redakteur oder Herausgeber. Gatekeeping wurde also mit einer Ausfilterung der Informationsmenge, d.h. mit der Auswahl von bestimmten Themen assoziiert. Die „Torwächter“ entscheiden, welche Ereignisse publik werden und welche nicht. Sie tragen damit zur Formung des Gesellschafts- bzw. Weltbildes der Rezipienten (B) bei. In diesem Prozess werden Nachrichten nicht nur gefiltert – akzeptiert oder abgewiesen – sondern akzeptierte Nachrichten werden meistens auch noch bearbeitet und damit modifiziert. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Nachricht, die beim Rezipienten ankommt, nicht das Ereignis selbst abbildet, sondern eine Modifikation durch den Blickwinkel des Gatekeepers erfährt. Breed (1955) konnte bezüglich der Homogenität der Nachrichtenauswahl in einer Redaktion zeigen, dass nicht explizite Handlungsanweisungen, sondern Sozialisations- und Umwelteffekte verantwortlich sind für die Modifikation und Selektion von Nachrichten. Diese Schlussfolgerung ist für die empirische Analyse von Fernsehnachrichten im Kulturvergleich von besonderer Bedeutung. Dadurch kann vorausgesetzt werden, dass die unterschiedlichen Gatekeeper in den verschiedenen Sendern und Kulturen eine variable Auswahl und Mo-

difikationen in der Nachrichtenselektionskette bewirken. Zusammenfassend kann also aufgrund unterschiedlicher Sozialisation und Gesellschaftsstruktur eine entsprechend abweichende Nachrichtenstruktur erwartet werden.

Der zweite Forschungsschwerpunkt – News Bias-Forschung – geht davon aus, dass die Nachrichtenselektion durch subjektive Einstellungen geprägt wird (Carter, 1959; Greenberg & Tannenbaum, 1962; Kerrick, Anderson, & Swales, 1964). Malcolm Klein und Nathan Maccobby (1954) haben eine der ersten Studien hierzu konzipiert, um die Berichterstattung während des US-Präsidentenwahlkampfes im Jahr 1952 zu untersuchen. Sie konnten einen deutlichen Zusammenhang zwischen der redaktionellen Tradition einzelner Zeitungen und der Berichterstattung über die Präsidentschaftskandidaten feststellen. Die Untersuchungsergebnisse zeigten, dass Medien mit einer pro-republikanischen Ausrichtung mehr Informationen über den republikanischen Kandidaten Eisenhower publiziert hatten, während Zeitungen mit einer pro-demokratischen Ausrichtung Stevenson als demokratischen Kandidaten in den Vordergrund gestellt hatten. Als unterschiedlich und einstellungsorientiert haben sich die ebenfalls die Art der Aufmachung und der Platzierung von Artikeln sowie die Größe von Überschriften herausgestellt. Auch die Auswahl der Argumente wurde dem bevorzugten Kandidaten angepasst, der in einem positiven Licht erscheinen sollte (vgl. Klein & Maccobby, 1954; Schönbach, 1977). Somit liefert diese Forschung Belege dafür, dass auch politische Faktoren die Prozesse der Nachrichtenauswahl und -konstruktion stark beeinflussen können.

Den dritten Forschungsschwerpunkt stellt die Nachrichtenwert-Theorie dar. Der Begriff ‚Nachrichtenwert‘ wurde bereits von Walter Lippmann (1922) geprägt, der ähnlich wie in den oben dargestellten Theorien davon ausging, dass Nachrichten nicht die Realität widerspiegeln, sondern Ergebnisse von Selektionsentscheidungen nicht-objektiver Art sind. Unter Nachrichtenwert versteht Lippmann die Publikationswürdigkeit von Ereignissen, die aus der Kombination verschiedener Aspekte resultiert. Ereignisaspekte betrachtet er als Stereotypen, die das Interesse und die Emotionen der Rezipienten wecken sollen, indem sie Identifikationsmöglichkeiten bieten. Die ersten Vertreter dieser Forschungstradition in den USA beschäftigten sich mit der Definition des Nachrichtenwerts. Es wurde versucht Nachrichteneigenschaften zu bestimmen, die für eine höhere Publikationswürdigkeit verantwortlich sein könnten. So hat Charles Merz (1925) Nach-

richtenelemente wie Konflikt, Personalisierung, Prominenz und Spannung isoliert. Diese wurden später von Carl Warren (1959) aufgegriffen und auf acht Faktoren zur Nachrichtenwertbestimmung erweitert: Unmittelbarkeit eines Ereignisses (immediacy), räumliche Nähe (proximity), Prominenz der beteiligten Personen (prominence), Ungewöhnlichkeit (oddity), Konflikt (conflict), Spannung (suspense), Emotionalisierung (emotions) und Konsequenz (consequence). Die Bestimmung wichtiger Elemente oder Faktoren, die eine Abschätzung des Nachrichtenwerts ermöglichen und somit eine Nachrichtenselektion einleiten können, ist weiterhin als Forschungsziel im amerikanischen und europäischen Raum verfolgt worden. Des Weiteren konnten die gefundenen Faktoren von indischen Journalisten in den indischen Medien ebenfalls annähernd bestätigt werden (vgl. Staab, 1990). Die europäische Tradition ist diesbezüglich auf Östgaard (1965) zurückzuführen, der durch eine differenziertere Analyse die vielen unterschiedlichen Faktoren zunächst nach Einfluss getrennt hat und später zu reduzierten Faktorenkomplexen geordnet hat (zit. nach Staab, 1990). So unterschied Östgaard zwischen Tendenzen bzw. Eigenschaften, die eine Nachricht verwertbar machen: Verständlichkeit und Strukturierung (simplification), interessant durch Selbstidentifikation (identification) und dramatisch durch Sensationslust (sensationalism). Östgaards vereinfachte Darstellung ist einigen nachfolgenden Forschern zu wenig trennscharf erschienen, um Nachrichten sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene zu klassifizieren. Galtung und Ruge (1965) erweiterten das Modell, insbesondere für die Auslandsberichterstattung, auf zwölf Faktoren. Darunter ist der menschliche Faktor in den Dimensionen Personalisierung und Bezug zu Elite-Personen stark vertreten. In weiteren Forschungsmodellen der Nachrichtenwertbestimmung, bspw. von Winfred Schulz (1976), wurden die menschenbezogenen Faktoren ebenso implementiert (zit. nach Staab, 1990). Insbesondere konnte Rössler (2004) in einer interkulturellen Untersuchung von TV-Nachrichten die Personalisierung untersuchen und zeigen, dass in politischen Nachrichten die meist inszenierte Personenrolle durch Politiker bekleidet wird. Das Erkennen der Wichtigkeit dieser Faktoren ist für die empirische Fragestellung der vorliegenden Arbeit von besonderer Bedeutung. Sie werden in den Forschungsfragen zu Kulturunterschieden bei der Personalisierung von Nachrichten berücksichtigt (s. Kapitel 3.1.1).

Weitere massenmediale Ansätze befassen sich mit dem Einfluss, der auf den Rezipienten durch eine besondere Strukturierung oder Schwerpunktsetzung der massenmedialen Inhalte ausgeübt werden kann. Der Agenda-Setting-Ansatz ist auf die These von Ber-

nard C. Cohen (1963, zitiert nach Unz, 2008a) zurückzuführen. Cohens Aussage nach haben die Medien zwar keinen Einfluss darauf, was das Publikum denkt, aber einen bedeutsamen Einfluss darauf, worüber es nachdenkt. „The press ... may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about“ (S. 13). Diese These wurde sowohl in Querschnittstudien mit Datenerhebungen von Medienagenda und Publikumsagenda (Publikumsthemenranking) zu einem gleichen Messzeitpunkt, als auch in Längsschnittstudien mit unterschiedlichen Messzeitpunkten überprüft und bestätigt (vgl. Brosius & Kepplinger, 1990; McCombs & Reynolds, 2002; McCombs & Shaw, 1972). McCombs und Shaw (1972) haben die These von Lippmann aufgegriffen und gezeigt, dass die von Nachrichtenmedien angebotenen Informationen prägend für die Realitätskonstruktion in den Köpfen der Zuschauer sind. Iyengar, Peters und Kinder (1982) haben die Ursache-Wirkungs-Richtung des Agenda-Settings erforscht. Diesbezüglich haben sie (1) als Vorher-Messung die persönliche Themenagenda von Zuschauern erhoben, (2) die Zuschauer dann einer unterschiedlich aufgebauten Medienagenda ausgesetzt und (3) nach einem längeren Zeitraum eine Nachher-Messung der resultierenden persönlichen End-Agenda erhoben. Die Nachher-Messung zeigte, dass sich die persönliche Agenda infolge des Zuschauens vollständig an die Medienagenda angepasst hatte. Der starke Einfluss der Medienagenda auf die eigenen Nachrichtenschwerpunkte wurde dadurch bestätigt. Auch Graber (1984) konnte nach umfangreichen Analysen von Zeitungs- bzw. TV-Nachrichten auf der einen Seite und Rezipientenbefragungen auf der anderen Seite belegen, dass die Medien „make major contribution to schema formation and development by providing the public with partially preprocessed information in various domains of knowledge and by signalling the relative importance of the stories“ (S. 213). Die Medienagenda wird durch die Selektion der Nachrichten erzielt, die wiederum durch Gatekeeping, News-Bias und Nachrichtenwert ihre Formung vor dem Senden an Rezipienten erfahren. Untersuchungen zeigen, dass die Effekte des Agenda-Settings nicht bei allen Medien, Themen oder Rezipienten in gleicher Weise vorkommen (vgl. Rogers und Dearing, 1988). Bei der Untersuchung von Fernsehnachrichten, die Gegenstand der vorliegenden Arbeit sind, kann dennoch davon ausgegangen werden: „Fernsehen hat jedoch bei nationalen und internationalen Themen, vor allem, wenn es sich um kurzzeitige und optisch gut präsentierbare Ergebnisse handelt, ebenfalls Agenda-Setting-Effekte“ (Unz, 2008a, S. 196).

Neben Nachrichtenselektion und Medienagenda spielt auch die spezifische „Verpackung“ einer Nachricht bei der Informationsübertragung zum Rezipienten eine wichtige Rolle (vgl. Unz, 2008b, S. 144). Durch die Positionierung einer Nachricht in einem bestimmten inhaltlichen Rahmen wird ein Bedeutungsumfeld erschaffen, das eine Art Interpretationsraster für die Nachrichtenverarbeitung auf Seiten des Rezipienten liefert. Mit dem Prozess der Einflussnahme auf Wahrnehmung und Einstellungen eines Rezipienten durch spezifische mediale Präsentationen beschäftigt sich das Framing-Konzept. Autoren wie z.B. Ghanem (1997) sehen Framing als eine Erweiterung des Agenda-Settings auf zwei Ebenen. Zum einen wird eine Medienagenda festgesetzt, die Themen salient macht und somit die Publikumsagenda beeinflusst. Zum anderen werden durch Framing bestimmte themenbezogene Eigenschaften der Ereignissen ausgewählt und in die Agenda mit eingeschlossen. Framing wird auch als Gestaltung von Nachrichten im Kontext politischer Kommunikation sowie von Politik-, Werbe- oder Gesundheits-Kampagnen verstanden (vgl. Unz, 2008b). Bezogen auf die Nachrichtenstruktur stellen Frames die zentralen Elemente dar, welche die wahrgenommene Realität strukturieren. Darüber hinaus bieten sie Definition, Bewertung und möglicherweise eine Ursachenzuschreibung eines Ereignisses und sorgen somit beim Rezipienten für Salienz bestimmter Themen. Frames können mit Hilfe verschiedener Präsentationsmerkmale transportiert werden. Dazu zählen zum Beispiel Überschriften, Fotos, Einleitungen etc. (Tankard, 2001, zitiert nach Unz 2008b)

2.1.2 Grundlagen der Analyse medienvermittelter Prozesse

Mit der Frage nach einer objektiven und präzisen Methodik zur Erfassung medien spezifischer Verhaltensvariationen haben sich Frey und Bente (1989) befasst. Aufbauend auf früheren theoretischen und empirischen Erkenntnissen (Ekman & Friesen, 1978; Frey & Pool, 1976) haben sie ein spezifisches Notationssystem entwickelt, mit dem sie neben der mathematischen Abbildung gestischer und mimischer Verhaltensinformation noch zwei Variablenkomplexe untersuchen konnten: (1) die medientechnische Aufbereitung der Bildpräsentation und (2) die thematische, situative und personelle Einbettung der Bewegtbildpräsentationen im Gesamtablauf der Nachrichtensendungen. Untersucht wurden Videoaufzeichnungen von Abendnachrichten der beiden nationalen TV-Sender mit den höchsten Einschaltquoten in Deutschland, Frankreich und den USA. Die Be-

schreibung und Analyse nonverbalen Verhaltens politischer Akteure wurde anhand des „Berner Systems zur Zeitreihen-Notation Nonverbaler Interaktion“ vollzogen (vgl. Frey, Hirschbrunner, Pool & Daw, 1981). Darüber hinaus wurde die Abbildungsgröße der Politiker relativ zur Entfernung des Zuschauers mit einem speziellen computergestützten Notationsverfahren gemessen. Das Verfahren bietet eine höchst differenzierende Möglichkeit, über ein implementiertes Ellipsen-Overlay die Kopfgröße sowie die Position der präsentierten Person mit Zeitcode und Koordinaten zu ermitteln. Insgesamt haben die Autoren fünf bedeutsame Kommunikationsaspekte in der Fernsehberichterstattung explorativ analysiert: den Präsentationsaspekt (Sprechermeldung, Filmbeitrag); den Inhaltsaspekt (Thematik, Politikbereich, Aktualität); den Personalisierungsaspekt (Nennung und visuelle Präsentation politischer Akteure, Nationalität, Funktion, politische Orientierung etc.), den Situationsaspekt (sozialer, räumlicher, situativer und aktionaler Kontext) und den Darstellungsaspekt (Kameraeinstellung, Bildausschnitt, Ton/Bild-Kombinationen). Frey und Bente (1989) konnten zeigen, dass durch diese Methode der Datenerhebung und -aufbereitung eine Datenbank erschaffen werden kann, die eine trennscharfe Datenanalyse in allen aufgeführten Dimensionen ermöglicht. Darüber hinaus konnten anhand der Datenprotokolle sämtliche visuellen Zitate isoliert betrachtet oder auch nach Merkmalen gruppiert und ausgewertet werden. Diese methodische Innovation konnte auch in der kulturvergleichenden Medienforschung erste Ergebnisse erzielen und brachte insbesondere systematische Unterschiede in ausgewählten Verhaltensaspekten hervor. Dabei wurden zum Beispiel Kopfhaltungsunterschiede zwischen dem amerikanischen und libyschen Staatsoberhaupt festgestellt, die wiederum mit der Zuschreibung von Dominanz in Verbindung gebracht wurden. Auf kulturspezifische Präsentationsregeln, die sich zwischen den Sendern einer Kultur wenig unterschieden, dafür aber zwischen den Kulturen signifikante Divergenzen zeigten, haben die Autoren ebenfalls hingewiesen (vgl. Frey & Bente, 1989).

2.1.3 Medialisierung der Politik

Gurevitch und Blumer (2004) postulieren die öffentliche Kommunikation im politischen Kontext als ein mehrdimensionales Konglomerat aufgebaut auf drei Schlüsselementen: politisches System, Mediensystem und Gesellschaft (S. 339). Das Mediensystem, insbesondere im europäischen Raum nach dem zweiten Weltkrieg, stand verstärkt unter

der Leitung politischer Autorität. Hallin und Mangini (2004) betonen, dass die Medien das kollektive Wissen der Gesellschaft repräsentierten und oft politische Strukturen in der Berichterstattung integrierten, um ideologische Subkulturen zu schwächen und somit zu kontrollieren „it served as a social and political common ground and had some role in weakening some ideological subcultures“ (S. 36). Anfangs war insbesondere das Medium Fernsehen ein hoch zentralisierter Apparat mit wenigen Sendern, der in der Regel eine politische Objektivität anstrebte (vgl. Hallin & Mangini, 2004). Wie Politik und Medien miteinander agieren und welche Ursachen und Konsequenzen diesem Zusammenspiel zugrunde liegen, hat Kepplinger (2002) in einer umfangreichen Längsschnittstudie untersucht. Untersuchungsmaterial für die Berichterstattungsanalyse politischer Themen wurde aus drei deutschen Zeitungen (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung und Die Welt) zwischen den Jahren 1951 und 1995 entnommen. Ausgangspunkt seiner Studie war die These, dass sich Politiker immer mehr an die spezifische Inszenierung der Medien anpassen: „political communicators are forced to respond to the media rules, aims, production logic and constrains“ (Mazzoleni & Schulz, 1999, S. 259). Kepplinger ging davon aus, dass der Prozess der Anpassung wegen der zunehmenden Bedeutung der Medien stattfindet. Diese wiederum dienen als Quelle politischer Information und einflussreiche Kommunikationsschnittstelle zwischen Politik und Gesellschaft. Ob die Politiker tatsächlich unter das Diktat der Medien gebracht werden, hat Kepplinger (2002) neben der Wechselwirkung zwischen Regierungssystem und Medien untersucht:

„Therefore, the medialization of politics should have had a profound effect on the portrayal of politics in the press: If the activities of political institutions like the national parliament and the public conduct of individual politicians has changed to meet the needs of the mass media, the character of the media coverage of politics must have changed too. As a consequence, the image of politicians as presented by the mass media should have changed.“ (S. 974)

Kepplinger konnte seine Hypothese bestätigen und Belege dafür liefern, dass die politischen Akteure im Längsschnitt gesehen zunehmend versuchten, den Anforderungen der

Medien zu entsprechen. So fanden zum Beispiel spezifische informationsbezogene Handlungen im Bundestag vermehrt statt. Kepplinger resümiert, dass die medial dargestellte Politik eigentlich ein Produkt nach massenmedialen Regeln verkörpert: „what the media presents as politics is partly the consequence of the conditions set by the mass media“ (S. 983).

Eine Dekade vor Kepplingers Studie sind Masters, Frey und Bente (1991) bereits davon ausgegangen, dass die Massenmedien einen unvermeidbaren Einfluss auf die Rezipientenwahrnehmung aktuellen Politgeschehens ausüben: „Television has become a central medium in modern politics. The way in which leaders are presented to the public on TV shapes and measures their standing, and their power can no longer be fully understood without reference to television coverage.“ (S. 373). Die Forscher haben in ihrer Studie die Aufmerksamkeit untersucht, die Politiker allein aufgrund ihrer medialen Präsenz bei den Zuschauern erregt haben¹. Die mediale Präsenz wurde durch die Anzahl visueller Zitate und medialer Auftritte der politischen Akteure operationalisiert. Per computergestützter Methode wurden die politischen Auftritte gezählt und gegenübergestellt. Eine hohe Auftrittszahl ging mit einer hohen Aufmerksamkeit einher und wurde mit einer größeren Macht assoziiert: „one common denominator of leadership ... seems to be the ability to focus the attention of the relevant audience“ (S. 377). Die Studie wurde im Kulturvergleich konstruiert. Als Ausgangsmaterial der Untersuchung wurden die Hauptsendezeit-Nachrichten der zwei nationalen TV-Sendern mit den höchsten Einschaltquoten in Deutschland (ARD und ZDF), Frankreich (TF1 und Antenne2) und den USA (NBC und CBS) erfasst. Insgesamt haben die Autoren 4739 visuelle Zitate mit politischer Präsenz analysiert. Davon haben 533 Clips unterschiedliche politische Akteure dargestellt: 146 für Deutschland, 176 für Frankreich und 222 für die USA. Allgemein fiel auf, dass die Zitate aufgrund der natürlichen Struktur relativ kurz ausfielen. Die Hälfte dieser Zitate haben eine Medienpräsenz unter 6 Sekunden geboten, was wiederum unter der minimalen Zeit zur verbalen Dekodierung und Verständnis einer Botschaft liegt (vgl. Masters, Frey and Bente, 1991). Die Autoren argumentierten, dass der Schwerpunkt jedoch nicht auf der verbalen Informationsübertragung lag, sondern viel mehr auf dem Speichern und Abrufen von visuellen Informationen und dem damit ver-

¹ Die *Aufmerksamkeitsaufforderung* ist hier im ethologischen Sinne mit dem Hinsehen „looking at“ gemeint (vgl. Masters, Frey und Bente, 1991)

bundenen politischen Image. Im Kulturvergleich zeigte sich in den USA die höchste Anzahl medial dargestellter Personen. Diesen 222 politischen Akteuren wurde jedoch nicht gleichmäßig viel Aufmerksamkeit geschenkt. Eine Summierung der politischen Präsentationen hat gezeigt, dass das Staatsoberhaupt in den USA die medial am häufigsten inszenierte Person war. Mit 20% Präsenz lag er weit vor allen anderen Politiker auf dem ersten Platz des amerikanischen Aufmerksamkeits-Rankings. In den beiden europäischen Ländern haben sich Premierminister und Präsidenten die Führungspositionen geteilt, wobei das Ranking des Premierministers in beiden Ländern knapp höher lag (in Deutschland wurde ein größerer Vorsprung des Kanzler gegenüber dem Bundespräsidenten deutlich, in Frankreich wurde der Premierminister etwas häufiger gezeigt als der Präsident). Dieses Phänomen wurde von Masters, Frey und Bente (1991) damit erklärt, dass Intensität und Stärke der medialen Präsenz die Regierungssysteme und insbesondere die politische Hierarchie dieser drei Länder widerspiegelt. Ausgehend von den gleichen Datensätzen kommentiert Frey (1999) des Weiteren, dass visuelle Zitate in ganz erheblichem Maße zur Imagebildung beitragen können (vgl. S. 114). Abschließend hielten Masters, Frey und Bente fest, dass „Television news presents images of leaders that focus public attention in a way that can be measured objectively as an indication of leadership or dominance“ (S. 392). Darüber hinaus merken die Autoren an, dass visuelle Zitate nicht nur als Spiegel des Regierungssystems, sondern auch der gesamte Gesellschaft gelten können. Nachrichten würden kulturgemäß nach internen Gesetzen konstruiert. Diese Erkenntnis ist für die theoretischen Überlegungen zur vorliegenden Arbeit von besonderer Bedeutung und dient der Deduktion der empirischen Fragestellungen (s. Kapitel 3.1.1).

Die bei Masters, Frey und Bente (1991) ausgewerteten visuellen Präsentationen politischer Auftritte wurden in einer späteren Studie Rezipienten aus den USA, Deutschland und Frankreich zur Beurteilung auf einem semantischen Differential vorgelegt (vgl. Frey, 1999). Unter anderem wurden 15 Itempaare wie kompetent-inkompetent, sympathisch-unsympathisch, intelligent-unintelligent, unbedeutend-mächtig, unehrlich-ehrlich, entspannt-verkrampft etc. verwendet (vgl. Frey, 1999, S. 116). Die Politiker wurden einzeln auf der Itemebene beurteilt und daraus wurden Beurteilungsprofile erstellt. Da für die Studie eine Persönlichkeitsbeurteilung aufgrund visueller, nonverbaler Information von Interesse war, wurden die politischen Auftritte unabhängig von den verbalen Botschaften bewertet, indem die Videosequenzen ohne Ton dargeboten wur-

den. Zusätzlich wurde die Erkennbarkeit der jeweiligen Politiker erhoben, um sicher zu stellen, dass Beurteilungen ausschließlich auf die nonverbalen Reize und nicht auf Stereotype über konkrete politische Personen zurückzuführen sein können. Die Ergebnisse wiesen darauf hin, dass sich die Betrachter in der kurzen Präsentationszeit einen ausführlichen Eindruck auch von unbekanntem Politikern bilden konnten. Frey (1999) verglich die Beurteilungen der Rezipienten aller Länder mit der in dem jeweiligen Land herrschenden politischen Meinung über den zu beurteilenden Politiker und fand große Übereinstimmungen heraus. Abschließend wurde hier der Hinweis dafür geliefert, dass auch kurze visuelle Sequenzen völlig ausreichend seien, um eine Beurteilung politischer Akteure hervorrufen zu können. Im Kulturvergleich konnte die durchgeführte Analyse ähnliche Beurteilungsmuster innerhalb einer Kultur und divergente Beurteilungen zwischen den Kulturen aufdecken. Allerdings war die Analyse nicht scharf genug, um die genauen kulturellen Differenzen aufzuklären. Es konnte auch nicht belegt werden, ob die Differenzen in den Beurteilungen durch Unterschiede in dem Verhalten selbst (Produktion) oder in der Wahrnehmung (Rezeption) nonverbaler Reize provoziert wurden.

2.1.4 Mediale Inszenierungstechniken, Face-ism-Effekt

2.1.4.1 Begriffsdefinition Face-ism

In der massenmedialen Kommunikation spielt wie bereits erläutert die Inszenierung von Ereignissen und Personen eine besondere Rolle. Im nun folgenden Abschnitt wird ein Aspekt der medialen Darstellung von Personen sowie die Einflüsse auf Stereotypen und Kulturunterschiede in der Wahrnehmung medialer Nachrichtensequenzen erläutert – das Phänomen Face-ism.

2.1.4.2 Der Face-ism-Effekt

Die Begriffsbildung des Face-ism-Effekts (auf Deutsch zu übersetzen mit Gesichtsprominenz) ist mit der Forschergruppe Archer, Kimes und Barrios (1978, 1983) verbunden, die erste Studien hierzu veröffentlicht haben. Zunächst ist ihre Forschungsarbeit durch den Eindruck inspiriert worden, dass Frauen auf Bildern körperbetont und reizvoll dargestellt werden. Anhand einer Reihe von inhaltsanalytischen Bilderauswertungen aus amerikanischen Zeitschriften, Kunstwerken aus sechs verschiedenen Epochen, Fotografien aus Zeitschriften elf verschiedener Länder und Amateurzeichnungen haben sie den Anteil des Kopfes bzw. Gesichtes der abgebildeten Personen in Relation zum Gesamtbild verglichen. Da die spezifische Fragestellung auf die unterschiedliche Darstellung des männlichen und weiblichen Geschlechtes abzielte, wurde zunächst Face-ism als eine Funktion des Geschlechts konzipiert. Mit ihren Analysen belegte die Forschergruppe erstmalig, dass Abbildungen von Männern mehr den Kopf bzw. das Gesicht betonen (im Durchschnitt etwa 65% des Bildes), Abbildungen von Frauen hingegen mehr Körperanteil beinhalten². Um diesen Unterschied in Hinblick auf die Betonung des Gesichtes zu beschreiben, prägten die Autoren den Begriff Face-ism. Wie der Kopf- bzw. Gesichtsanteil eines Bildes (d.h. der Face-ism-Index) zu berechnen ist, wird im folgenden Abschnitt beschrieben.

² Der Kopf nahm bei Frauenabbildungen durchschnittlich etwa 45% des Bildes ein



Abbildung 1: Darstellung der Berechnung von Face-ism-Index

2.1.4.3 Der Face-ism-Index³

Um den Anteil zu messen, den der Kopf bzw. das Gesicht an einem Bild einnimmt, haben Archer et al. (1978, 1983) eine mathematische Formel zur Kalkulation des so genannten Face-ism-Index entwickelt. Zur Berechnung dieses Index haben Archer et al. mit Hilfe eines Lineals folgende Werte in Millimetern gemessen und, wie in Abbildung 1 gezeigt, deren Quotient gebildet: der Abstand von der Kopfschuppe bis zur Kinnspitze (A) wurde durch den Abstand von der Kopfschuppe bis zum untersten sichtbaren Körperteil (B) dividiert. Der Face-ism-Index kann somit einen Wert von annähernd null (d.h. nur der Körper ist abgebildet) bis annähernd eins (d.h. nur das Gesicht bzw. der Kopf ist auf dem Bild zu sehen) annehmen. Ein Wert von beispielsweise .70 bedeutet, dass der Kopf bzw. das Gesicht 70% des gesamten Bildes einnimmt. Ein Face-ism-Index von .20 hingegen bedeutet, dass der Kopf bzw. das Gesicht 20% des gesamten Bildes einnimmt und entspricht gleichzeitig der proportionalen Darstellung eines Menschen. Durch diese normierte Art der Berechnung konnte der Face-ism-Index auf jegliche Form der Perso-

³ In der vorliegenden Arbeit werden im Zusammenhang mit dem Face-ism-Effekt Formulierungen wie „hoher Face-ism-Index“ als Synonym zu den Ausdrücken „hohe Kopf- bzw. Gesichtsprominenz“ und „niedrige Körperprominenz“ verwendet.

nenabbildung z.B. Gemälde, Zeichnungen und Fotografien angewandt werden (vgl. Archer et al. 1983).

2.1.4.4 Befunde und Erklärungsansätze zum Face-ism-Effekt

Seit den Untersuchungen von Archer et al. (1983) hinsichtlich des Geschlechterunterschiedes in der Gesichts- bzw. Kopfprominenz auf Abbildungen wurde eine Reihe von weiteren Inhaltsanalysen veröffentlicht, die sich mit dem Phänomen Face-ism befassen (vgl. Szillis, 2007). Der Face-ism-Index wurde nur für Bilder berechnet, auf denen eine einzelne Person abgebildet war. Hingegen wurden Bilder mit einem „co-subject“ (S. 727) nicht verwendet. Auch Dodd, Harcar, Foerch und Anderson (1989) konnten den Face-ism-Effekt in ihrer Forschung nachweisen. In zwei aufeinander folgenden Studien haben die Forscher die Geschlechtsstereotypisierung in amerikanischen Zeitschriftenfotos untersucht. In der ersten Studie lag der Fokus auf den Abbildungsdifferenzen der beiden Geschlechter, dargestellt auf Titelseiten amerikanischer Nachrichtenzeitschriften⁴. Die Autoren konnten den früheren Forschungsbefund replizieren und weiterhin auf einige moderierenden Variablen dieses Effektes wie die soziale und politische Rolle der abgebildeten Person hinweisen. Sie konnten in ihren Studien belegen, dass der Face-ism-Effekt minimiert wurde, wenn die abgebildeten Frauen und Männer ähnliche sozialpolitische Rollen verkörpert haben. Dieses Phänomen ist schon davor von Sparks und Fehlner (1986) in amerikanischen Zeitschriften während der Präsidentschaftskampagne im Jahr 1984 beobachtet worden, allerdings mit der Einschränkung, dass vier Politiker dargestellt in zwei Zeitschriften untersucht wurden. Später ist es Dodd et al. (1989) gelungen, die Ergebnisse zu bestätigen. Dieser Befund wird bei der Auswahl des Stimulusmaterials der vorliegenden Arbeit beachtet (s. Kapitel 3.2).

Auf der Darstellungsebene haben neben Sparks und Fehlner (1986) und Dodd et al. (1989) auch andere Autoren den Face-ism-Effekt in den Massenmedien repliziert (Copoland, 1989, Zuckerman, 1986). Sie konnten allerdings zeigen, dass das Ausmaß in dem dieser Effekt den Geschlechtsunterschied moderiert mit den Inhalten des jeweili-

⁴ Dodd et al. (1989) haben die amerikanischen Nachrichtenillustrationen „Newsweek“ und „Time“ aufgrund deren Popularität, Glaubwürdigkeit und Gesellschaftseinfluss für die Untersuchung ausgewählt.

gen Mediums zusammenhängt. So war bspw. in Amateurzeichnungen oder Frauenzeitschriften dieser Geschlechtsunterschied in der Gesichtsprominenz nicht zu finden.

Nicht nur auf der Produktions- oder Darstellungsebene, sondern auch auf der Rezeptions- oder Wahrnehmungsebene, sind Unterschiede zwischen mehr oder weniger prominenten Kopfabbildungsgrößen festgestellt worden. Schwarz und Kurz (1989) haben den Einfluss von Abbildungen mit einem hohem vs. einem niedrigen Face-ism-Index untersucht, in dem sie Bilder von unterschiedlich beliebten männlichen und weiblichen Stimuluspersonen mit einer unterschiedlichen Gesichtsprominenz präsentiert haben. Die Stimuli wurden mittels eines semantischen Differenzials mit aufgelisteten bipolaren Personeneigenschaften beurteilt. Zu der Kompetenz-Skala gehörten Eigenschaften wie ehrgeizig, intelligent und selbstsicher. Die Rezipienten, unabhängig ob männlich oder weiblich, nahmen die Stimuluspersonen mit einem größer abgebildeten Kopf als kompetenter wahr (S. 313). Darüber hinaus beurteilten ausschließlich die weiblichen Teilnehmer Stimuluspersonen mit einem hohen Gesichtsanteil auch als wärmer, expressiver und sympathischer. Auch das Geschlecht der Stimuli hat laut Schwarz und Kurz (1989) eine moderierende Rolle im Hinblick auf die Sympathiewahrnehmung gespielt: weibliche Stimuli wurden sympathischer wahrgenommen als männliche. Da bereits frühere Studien den Zusammenhang zwischen Face-ism und Geschlecht hervorgehoben haben, folgt hieraus, dass körperbetonte Stimuli mit einem niedrigeren Face-ism-Index als sympathischer wahrgenommen wurden als gesichtsbetonte Stimuli mit einem höheren Face-ism-Index (vgl. Szillis, 2007).

Schmerl (2004) hat den Face-ism-Effekt in deutschen Zeitungen mit einer unterschiedlichen politischen Orientierung („Bild“ und „taz – die Tageszeitung“) sowie in den Illustrierten „Stern“ und „Spiegel“⁵ untersucht, um zu überprüfen, ob der Face-ism-Effekt und dessen Einfluss auch in den deutschen Medien vorliegt. In allen vier Printmedien wurden Männer häufiger und gesichtsbetonter abgebildet als Frauen. Beim Einfluss auf die Wahrnehmung hat Schmerl (2004) Unterschiede in Bezug auf die Zuschreibung von Intelligenz, Ehrgeiz und Attraktivität gefunden. Die Personen mit einer höheren Gesichtsprominenz wurden als intelligenter und ehrgeiziger empfunden als körperbetont

⁵ Ausgewertet wurden jeweils die Ausgaben vom Mai 1999

dargestellte Personen. Den abgebildeten Frauen in den vier Medien wurde eine höhere Emotionalität und Attraktivität zugeschrieben als den abgebildeten Männern. Diese Tendenz wurde bereits 1986 von Zuckerman untersucht. Sie konnte zeigen, dass Bilder mit einer geringeren Gesichtsprominenz (niedriger Face-ism-Index) mehr Wärme und positive Ausstrahlung, dagegen Bildern mit einer höheren Gesichtsprominenz (hoher Face-ism-Index) höhere Intelligenzwerte zugeschrieben wurden.

Zuckerman und Kieffer (1994) haben aufgrund früherer theoretischer und empirischer Forschung bezüglich des Zusammenhangs zwischen stereotypisierter Darstellung und Face-ism-Index in einer Reihe von Studien untersucht, ob Bilder mit einem höheren Gesichtsanteil als dominanter wahrgenommen werden als Bilder mit einem geringeren Gesichtsanteil. Zudem haben sie insbesondere die Rassenstereotypisierung in der Darstellung analysiert. Die Forscher konnten sowohl bei amerikanischen als auch europäischen Zeitschriften, bei amerikanischen Porträts und bei amerikanischen Briefmarken zeigen, dass sich die Rassenstereotypisierung in der Abbildungsgröße widerspiegelt: hellhäutige Menschen wurden mit einer größeren Gesichtsprominenz dargestellt als dunkelhäutige⁶. In der ersten Studie wurde der Fokus auf vier amerikanische Nachrichtenzeitschriften gelegt: Life, Time, U.S. News and World Report und Newsweek. Aus jeder dieser Zeitschriften wurden 160 Bilder analysiert, jeweils 40 von afroamerikanischen Männer und Frauen sowie 40 von hellhäutigen Männern und Frauen. Hierbei stellte sich heraus, dass hellhäutige Männer bzw. Frauen mit einem höheren Gesichtsanteil als dunkelhäutige Männer bzw. Frauen dargestellt wurden. Zudem wurden Männer insgesamt mit einem höheren Gesichtsanteil als Frauen abgebildet. Bei der zweiten Studie von Zuckerman und Kieffer (1994) wurde auf die gleiche Art überprüft, ob dieser Effekt auch in europäischen Zeitschriften zu finden ist. Hierzu wurden 240 Fotos von Männern⁷ aus vier europäischen Zeitschriften verwendet: Illustrated London News (England), Le Nouvel Observateur (Frankreich), Der Spiegel (Deutschland) und Cambio 16 (Spanien). Als Ergebnis zeigte sich, dass der Face-ism-Effekt kein amerikanisches Phänomen ist und dass auch in Europa Hellhäutige mit einer höheren Gesichtsprominenz inszeniert wurden als Dunkelhäutige. In der dritten Studie wurde analysiert, ob der Face-ism-Effekt auch in der amerikanischen Kunst des 19. und 20. Jahrhunderts

⁶ Die Autorinnen nutzen die Bezeichnungen „Black“ und „White“.

⁷ es wurden nicht ausreichend dunkelhäutige Frauen in den ausgewählten Zeitschriften gefunden

vorliegt. Afroamerikaner wurden von hellhäutigen Künstlern mit der geringsten Gesichtsprominenz dargestellt, während Afroamerikaner von afroamerikanischen Künstlern mit der höchsten Gesichtsprominenz abgebildet wurden. In der vierten Studie untersuchten die Autoren Portraits auf amerikanischen Briefmarken. Hierbei wurden 31 Portraits von Hellhäutigen und 31 Portraits von Dunkelhäutigen herangezogen. Es konnte nachgewiesen werden, dass Dunkelhäutige mit einem geringeren Gesichtsanteil dargestellt wurden als Hellhäutige. Die Briefmarken wurden auch danach unterschieden, ob sie von hellhäutigen oder dunkelhäutigen Designern stammten. Es zeigte sich, dass der Face-ism-Effekt nur dann vorlag, wenn die Briefmarken von Hellhäutigen kreiert wurden. In einer weiteren Studie haben Zuckerman und Kieffer (1994) sich mit der Frage nach dem Zusammenhang von Face-ism und der Personenwahrnehmung, insbesondere mit der Wahrnehmung von Dominanz, beschäftigt. Um zu überprüfen, ob diesbezüglich Unterschiede bestehen, wurden insgesamt 32 fotografierte Personen (jeweils acht dunkelhäutige und hellhäutige Männer bzw. Frauen) bewertet. Die Rezipienten waren 40 Personen aus denselben Gruppen, welche die dargebotenen Fotos auf einem semantischen Differential mit Itempaaren aus fünf Skalen wie „analytical – emotional, competent – incompetent, intellectual – not intellectual, mature – immature, sexual – not sexual“ (S. 90) einteilen sollten. Die sechste Skala repräsentierte die Machtdimension mit dem Item „dominant – submissive“. Die Ergebnisse in Bezug auf Dominanz wiesen auf eine klare Relation hin, die durch keine weiteren Faktoren moderiert wurde: Personen mit einer höheren Gesichtsprominenz wurden als dominanter wahrgenommen als solche mit einer niedrigeren Gesichtsprominenz. Dieses Ergebnis ist für die Fragestellung der vorliegenden Arbeit von besonderer Bedeutung. Zusammenfassend kann hier festgehalten werden, dass eine in Bildern dargestellte höhere Kopf- oder Gesichtsprominenz höhere Bewertungen bezüglich Kompetenz und Dominanz induziert (Archer et al. 1983; Levesque & Lowe, 1999; Schwarz & Kurz, 1989; Zuckerman, 1986).

In Bezug auf den Unterschied zwischen Selbst- und Fremdbeurteilung haben Costa und Bitti (2000) herausgefunden, dass bei der eigenen Attraktivitätseinschätzung Männer generell höhere Attraktivitätswerte als Frauen vergaben. Sich selbst und andere Frauen schätzten die Rezipienten generell attraktiver ein als andere Männer. Dazu wurde jede Stimulusperson, die sowohl eine Selbst- als auch Fremdbewertung für zwei weitere zufällige Personen abgeben musste, in drei unterschiedlichen Einstellungen aufgenommen: portrait (Portrait – hohe Gesichtsprominenz), half figure (Brustbild – mittlere Gesichtsprominenz) und whole figure (Ganzkörperbild – niedrige Gesichtsprominenz). Die

Ergebnisse in Bezug auf die unterschiedlichen Aufnahmeneinstellungen zeigten, dass sich bei der Selbsteinschätzung für das Brust- und Körperbild höhere Werte ergaben. Bei der Einschätzung von anderen Teilnehmern wurden jedoch höhere Attraktivitätswerte eher bei Portraitfotos und Brustbildern gegeben als bei Ganzkörperfotos. Somit kann hier zusammengefasst werden, dass nur bei der Fremdbewertung eine höhere Gesichtsprominenz auch höhere Attraktivitätszuschreibung induziert. Bei der Eigenbewertung wird umgekehrt ein größerer Körperanteil mit höherer Attraktivität assoziiert.

Ob in der politischen Medienpräsenz der Face-ism-Effekt die männlichen und weiblichen politischen Akteure unterschiedlich erscheinen lässt, haben Konrath und Schwarz (2007) untersucht, in dem sie die Online-Selbstdarstellung von Politikern in USA, Kanada, Australien und Norwegen verglichen haben. In einer ersten Studie haben die Forscher die reale durchschnittliche Kopfgröße bei Männern und Frauen in einem Pool aus anthropometrischen Messdaten verglichen. Es konnte gezeigt werden, dass die Frauen in Relation zum eigenen Körper durchschnittlich größere Kopfproportionen aufwiesen als Männer. Dieser Befund stand im Widerspruch zu der Erwartung, dass für Politiker/innen ein ähnlicher Face-ism-Effekt gefunden würde wie allgemein bei medial inszenierten Männern und Frauen. Somit wurde widerlegt, dass der Face-ism-Effekt universell und auf real existierende Geschlechtsdifferenzen zurückzuführen ist. In einer zweiten Studie haben die Autoren den Befund von Sparks und Fehlner (1986) aufgegriffen und eine größere und neuere Datenbasis verwendet, um die Studie zu revidieren. Sie untersuchten alle Politiker, die in den USA zwischen den Jahren 2000 und 2004 im Amt waren und analysierten somit den Face-ism-Effekt für 50 Gouverneure, 100 Senatoren und 435 Abgeordnete. Im Gegensatz zu früheren Befunden über die mediale Darstellung von Frauen mit einer durchschnittlichen Gesichtsprominenz zwischen .28 und .63 (Archer et al., 1983; Sparks & Fehlner, 1986), haben die Online-Selbstdarstellungsbilder von Politikerinnen in dieser Studie einen deutlich höheren Face-ism-Index von .75 vorgewiesen. Dennoch wurden auch hier Geschlechtsdifferenzen in der erwarteten Richtung gefunden. Darüber hinaus haben die Autoren bei der Darstellungsart der Politikerinnen einen signifikanten Zusammenhang zwischen Face-ism und inhaltsorientiertem Wahlkampfverhalten gefunden. Frauen, die feministische Themen ansprachen, hatten sich mit einer höheren Gesichtsprominenz präsentiert als Frauen ohne feministische Orientierung in der Wahlkampagne.

Zusammenfassend wird aufgrund der beschriebenen theoretischen und empirischen Erkenntnisse für die vorliegende Arbeit erwartet, dass die Abbildungsgröße der in den

Medien dargestellten politischen Machtträger einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Rezipienten ausübt. Eine genauere Fragestellung hierzu ist in Kapitel 3.1.1 zu finden.

2.1.5 Massenmedialer Rahmen interpersoneller Kommunikation

Die Abbildungsgröße medial vermittelter Akteure wurde ebenfalls von anderen Autoren wie z.B. Meyrowitz (1979) im Rahmen einer interpersonellen Beziehung mit dem Zuschauer als eine besondere Art der Interaktion interpretiert. Meyrowitz geht dabei von der Annahme aus, dass sich der Zuschauer in einer Face-to-Face Situation mit dem medial präsentierten Darsteller befindet und innerhalb dieser Interaktion Nähe oder Ferne zu ihm empfindet. Diese Annahme wurde von Horton und Wohl (1956) als ein Phänomen der „para-social relationship“ definiert. Hierbei wurde die para-soziale Beziehung analog zu Beziehungen gesehen, die in direktem Kontakt aufgebaut werden, weshalb erstere auch mit entsprechenden vergleichbaren psychologischen Reaktionen einhergehen (zit. nach Meyrowitz, 1979). Diese Annahme wiederum wurde von der Forschung des Soziologen Erving Goffman und des Anthropologen Edward T. Hall inspiriert. Aus Halls Forschung wurde die Überlegung zu Proxemics miteinbezogen, d.h. wie Menschen den Raum in der Interaktion nutzen und interpersonelle Distanz mit ihren unterschiedlichen Bedeutungen als Teil der Kommunikation anwenden. In diesem Rahmen definierte er räumliche Elemente, die sog. spacial cues (Hall, 1959, 1966) und spacial zones, die weiter in intimate (intime), personal (persönliche), social (soziale) und public (öffentliche) unterteilt wurden und das Nähe- oder Ferne-Verhältnis in der Kommunikation abbilden. Obwohl Hall das Vorhandensein dieser räumlichen Unterteilung als universell postuliert, findet er in seinen Beobachtungen einige kulturelle Unterschiede. Eine kleinere Distanz wurde in unterschiedlichen Kontexten eher mit aggressivem Verhalten assoziiert und löste deswegen Unbehagen aus. Eine größere Distanz wurde mit Kälte assoziiert. Diese Ergebnisse konnten später anhand psychophysiologischer Messungen bestätigt werden (Meyrowitz, 1979). Daraus wurde das Konzept der Para-Proxemics abgeleitet, in dem der spezifischen Kameraeinstellung (z.B. Close-up, Totale) und dadurch der relativen (nicht der absoluten) Größe der abgebildeten Person eine große Bedeutung beigemessen wurde, mit der eine para-soziale Beziehung zum Zuschauer aufgebaut wird. In dem Para-Proxemics-Modell wurden sowohl situative Parameter der Distanz-Definition beachtet wie z.B. Bildschirmgröße und Sitzentfernung vom Zu-

schauer zum Fernseher als auch reine Framing-Variablen wie die Kameraeinstellung, das Image selbst und dessen Inszenierung. Diese Unterteilung reflektiert die subjektiven und objektiven Einflussgrößen in der Interaktion zwischen Bild und Zuschauer sowie die Wahrnehmung und Interpretation der inszenierten Darstellungen. Meyrowitz hebt hervor, dass die Konstellation der dargestellten Personen die Wahrnehmung und Deutung des präsentierten Ereignisses besonders stark beeinflussen kann (Meyrowitz, 1979, S. 64). Diese Beobachtung wird in den Fragestellungen der aktuellen Arbeit weiter ausgearbeitet. Aus Goffmans Forschung wurde die Idee über die Strukturierung der Selbstdarstellung nach außen und des Impression Managements – sowohl des Einzelnen als auch von Gruppen – integriert. Hierbei hat Meyrowitz insbesondere hervorgehoben, dass zwei Variablen aus Goffmans Modell für die para-soziale Interaktion eine bedeutende Rolle spielen: setting und personal front. Die persönliche Fassade bezieht sich auf die Darstellung nach außen oder auf die inszenierte Person selbst. Setting bezieht sich auf die Inszenierung an sich. Hier spielen Variablen wie Alter, Nationalität, Geschlecht, Aussehen, Gesichtsausdruck, Körperhaltung etc. für die Eindrucksbildung eine besondere Rolle.

Ausgehend von diesen Erkenntnissen fasst Meyrowitz zusammen, dass die Wahrnehmung von der Konstellation aus Inhalt und Präsentationsart abhängt. So unterscheidet sich die Bewertung einer in der Totale präsentierten politischen Situation von einem Landschaftsbild mit der gleichen Kameraeinstellung. Beide transportieren unterschiedliches Bewertungspotential und sind von der para-sozialen Beziehung zum Zuschauer abhängig. Für die massenmediale Kulturkommunikation stellen gerade diese Zusammenhänge eine Gefahr für gute Verständigung dar. Laut Meyrowitz können zwar alle Kulturen Para-Proxemics verstehen, Situationen können aber unterschiedlich bewertet werden. Während beispielsweise Lateinamerikaner im US-Fernsehen inszenierte Nordamerikaner als kalt und distanziert empfinden, sehen umgekehrt die Nordamerikaner einheimische Personen im lateinamerikanischen Fernsehen als aufdringlich und aggressiv.

2.2 Kultur und interkulturelle Kommunikation

Um interkulturelle Kommunikation richtig verstehen und interpretieren zu können, werden passende Werkzeuge benötigt, die sowohl eine Kultur an sich als auch Ähnlichkeiten und Differenzen zwischen den Kulturen identifizieren und beschreiben können. Bevor hier die kulturelle Variabilität angesprochen und die Ansätze dazu erläutert werden, wird das Konstrukt der Kultur definiert.

Soziale Systeme können nur deshalb existieren, weil das menschliche Verhalten nicht regellos ist, sondern teilweise vorhergesagt werden kann. So begann der holländische Sozialwissenschaftler Geert Hofstede (1980, 2003) seine Definition über Kultur aufzustellen. Hofstede beschrieb die Tiefe eines jeden sozialen Systems, indem er ein Pyramidenmodell zur Vorprogrammierung bestimmter kognitiver Konstrukte vorstellte. Dieses verfügt von unten nach oben über drei Niveaus: die Basis beschrieb er als universell, die Mitte als kollektiv und die Spitze als individuell (Hofstede, 2003, S. 3). Das universelle Niveau setzt sich aus fundamentalen, meist biologisch determinierten Charakteristiken des menschlichen Körpers und Verhaltens zusammen. Beispiele dafür sind Lachen, Weinen oder auch biologisch verankerte Interaktionstechniken geäußert durch z.B. adaptives, aggressives Verhalten, Paarungsverhalten etc. Eine Stufe höher ist das kollektive Niveau der mentalen Vorprogrammierung zu finden. Die hier zugehörigen Charakteristiken sind nicht allen Menschen, sondern nur Gruppen von Menschen zugänglich. Die gesamte subjektive⁸ Kultur menschlicher Spezies findet auf diesem Niveau statt. Dazu gehören die Besonderheiten der menschlichen Interaktion von unterschiedlichen Sprachen bis zu spezifischen Ritualen und Bräuchen. In dem Modell von Hofstede ist weiter auf der Spitze der Pyramide das einzelne Individuum zu finden. Dieses wird aus der Kultur oder der Gruppe herausgenommen und als einzigartig, mit individueller Persönlichkeit, eigenen Bedürfnissen und einer einzigartigen Vorprogrammierung betrachtet. Diese einmalige Vorprogrammierung ist im Prinzip sehr spezifisch und findet mit anderen Individuen in der Sozialisierung und in der kulturellen Entwicklung einige Überschneidungspunkte. Im Gegensatz zu der Tierwelt ist die menschliche Vorprogrammierung bei der Geburt nicht vollständig ausgebaut, sondern nur angelegt und

⁸ „subjektiv“ wurde die Kultur von Triandis (1972, S. 4) genannt, um diese mentale Vorprogrammierung von objektiven menschlichen Artefakten abzugrenzen

deshalb modifizierbar. Durch das Austauschen von kollektiven Mentalprogrammen werden bestimmte Muster gelernt, die eine kulturelle Zugehörigkeit markieren und vertiefen. Diese Zugehörigkeit oder auch die Ausprägung und das Verstehen von spezifischen Werten wiederum als Kultur zu bestimmen, ist zwar nahe liegend, aber nicht ausreichend in der Beschreibung. Durch mehrere Definitionen kann Kultur jedoch eingeraht werden. Eine weit bekannte anthropologische Konsensusdefinition hat Kluckhohn (1951) wie folgt ausformuliert:

„Culture consists in patterned ways of thinking, feeling and reacting, acquired and transmitted mainly by symbols, constituting the distinctive achievements of human groups, including their embodiments in artefacts; essential core of culture consists of traditional (i.e. historically derived and selected) ideas and especially their attaches values“ (S. 86)

Demzufolge sieht Kluckhohn die Kultur als ein besonderes Konglomerat von Denkweisen, Emotions- und Reaktionsmustern, die in Traditionen, Ideen und Werten zum Ausdruck kommen. Diese werden wiederum in menschlichen Gruppen durch Symbole repräsentiert und übertragen. Aus einer interdisziplinären Perspektive kann eine Kultur als System übertragbarer Werte, Ideen und Symbole dargestellt werden, die in einer bestimmten Umwelt entstehen. Sie bilden die Faktoren für die Modellierung menschlichen Verhaltens (vgl. Hofstede, 2003). Triandis (1972) unterscheidet die subjektive Kultur von ihren objektiven Artefakten, indem er sie als eine kulturelle Gruppencharakteristik definiert. Diese wiederum beschreibt jenen Umweltanteil, der durch Menschen geschaffen wurde. Hofstede (2003) greift auf die Definition von Kluckhohn (1951) zurück und komprimiert diese so, dass eine Kultur von ihm als „the collective programming of the mind that distinguishes the members of one group or category of people from another“ (S. 9) verstanden wird. Darüber hinaus bildet Hofstede in einem „Zwiebeldiagramm“ die zentralen Faktoren ab, durch die sich eine Kultur auf verschiedenen Tiefenniveaus manifestiert: Werte, Rituale, Helden und Symbole (von innen nach außen). Die letzten drei werden von Hofstede auch unter dem Begriff „Praktiken“ subsumiert (s. Abbildung 2). Im Zentrum der Kulturmanifestation stehen die Werte. Die Werte repräsentieren prinzipiell Einstellungen und sind solange unsichtbar, bis sie durch das Verhalten zum

Ausdruck gebracht werden. Die visuellen Elemente der Kultur wie Rituale, Helden und Symbole sind als aufeinander folgende Zwiebelschalen repräsentiert. Symbole können sowohl Wörter als auch Gesten, Bilder oder andere Objekte darstellen. Ihre komplexe Bedeutung ist den Menschen einer Kultur zugänglich. Hofstede hat diesen Faktor fast an die Oberfläche gesetzt, weil Symbole von anderen kulturellen Gruppen übernommen und kopiert werden können, z.B. Kleidung, Stil oder sogar Sprache. Unter diesem Niveau sind in Hofstedes Modell die Helden zu finden. Helden verkörpern Personen, die unabhängig davon, ob real existierend oder fiktiv, lebendig oder tot, besondere Eigenschaften transportieren und als ein gesellschaftliches Vorbild dienen. Auch politisch oder gesellschaftlich bedeutsame Personen können als Helden betrachtet werden.

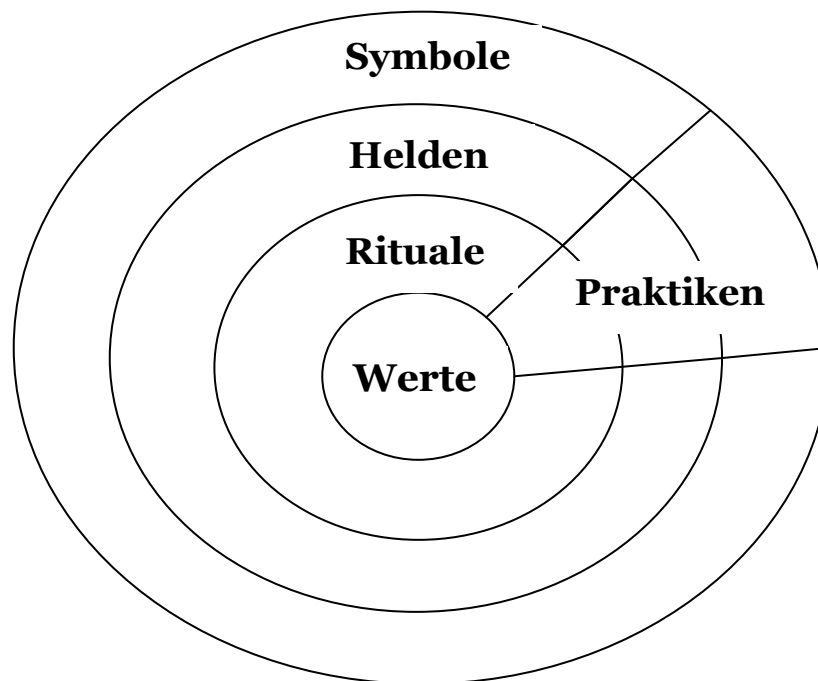


Abbildung 2: Das Zwiebeldiagramm – Manifestationen der Kultur auf unterschiedlichen Ebenen
(Hofstede, 2003, S. 11)

Rituale sind in Hofstedes Diagramm eine Ebene tiefer abgebildet. Sie stellen Aktivitäten dar, die zwar keine Lebensnotwendigkeit verkörpern, aber eine Gesellschaftsnotwendigkeit mit sich bringen. Durch Rituale, z.B. eine besondere Begrüßung oder religiöse Zeremonien, werden innerkulturelle Beziehungen gestärkt und Gesellschaftsnormen manifestiert. Ferner sind politische und wirtschaftliche Rituale meist mit der Demonst-

ration von Macht verbunden. Hofstede hat diese drei Ebenen unter dem Sammelbegriff „Praktiken“ zusammengefasst, um den dynamischen Charakter hervorzuheben. Als solche sind sie auch für einen Außenstehenden erkennbar, die kulturelle Bedeutung bleibt jedoch ausschließlich den Anhängern zugänglich.

Im folgenden Abschnitt werden die zentralen Theorien der kulturvergleichenden Forschung eingeführt. Dabei wird der Schwerpunkt auf die für die aktuelle Arbeit relevanten Aspekte gesetzt.

2.2.1 Hofstedes Kulturdimensionen

Eine der zentralen Theorien in der vergleichenden Kulturforschung wird mit dem Namen des holländischen Sozialforschers Geert Hofstede in Verbindung gebracht: „Culture is defined as collective programming of the mind; it manifests itself not only in values but in more superficial ways: in symbols, heroes, and rituals.” Hofstede (2003, S. 1). Hofstede wurde von einem der größten Intelligent Technology Unternehmen seiner Zeit (IBM) engagiert, um Mitarbeiterbefragungen bezüglich des Arbeitsklimas, der Mitarbeitermotivation und -zufriedenheit in Filialen unterschiedlicher Länder durchzuführen. Zwischen 1966 und 1978 ist es ihm gelungen, Daten in über 70 Länder zu erheben und diese später zu analysieren. Seine Datensammlung konnte insofern als prominent bezeichnet werden, da sie einen ersten vergleichenden Einblick in die zwischenmenschliche Kommunikation unterschiedlicher Kulturen ermöglichte (Hofstede, 2003). Aufwendige und spezifische Analysen wurden eingesetzt, um Hofstedes Fragebogen-Daten auf interpretierbare und trennscharfe Dimensionen zu reduzieren. Diese haben eine faktorenanalytische Struktur von zuerst vier, später fünf grundlegenden Dimensionen ergeben: Power Distance, Individualism, Masculinity, Uncertainty Avoidance und Long-Term-Orientations. In der ersten Phase seiner Auswertung fand Hofstede (2002) einen negativen Zusammenhang zwischen zwei Faktoren, Individualism und Power Distance, heraus. Sie wiesen zum Teil Ladungen der gleichen Dimension auf. Nach einer genaueren Analyse stellte er fest, dass dieser Zusammenhang durch eine dritte Variable – „national wealth“ – erklärt werden konnte. Darüber hinaus bezeichnete er die endgültige fünfdimensionale Struktur mit kleinen Ausnahmen als statistisch unabhängig (vgl. Hofstede, 2003, S. 60). Jedem Land wurde je nach Ausprägung auf der entsprechenden Skala ein Index zugewiesen, der als Vergleichsbasis zwischen den Ländern dienen

konnte. Seine Faktorenstruktur konnte später bis auf die Dimension Masculinity von Hoppe (1990) repliziert werden. Die einzelnen Kulturdimensionen werden im Folgenden erläutert.

2.2.1.1 Power Distance

Unter Power Distance oder Machtdistanz wird die Ungleichheit zwischen den unterschiedlichen Schichten und Personen einer Gesellschaft verstanden. Ausdruck dieser Ungleichheit kann in unterschiedlichen Bereichen wie z.B. Prestige, Wohlstand oder Macht gefunden werden. Dabei kann die Bedeutsamkeit dieser Statusdifferenzen in verschiedenen Kulturen unterschiedlich ausgeprägt sein. Die Daten wurden aus Fragebogen-Items generiert, die auf Mitarbeiter-Vorgesetzten-Verhältnisse zurückgriffen. Im Speziellen wurden hier Einstellungen erhoben, die mit dem bevorzugten Entscheidungsstil des Vorgesetzten (beurteilt durch den Mitarbeiter) zusammenhingen oder die relative Angst des Untergebenen vor Konfrontation mit seinem Chef betrafen. Zusammengefasst bildet Power Distance eine Beziehung zwischen zwei interagierenden Personen ab. Ermittelt wird die Wahrnehmung des Schwächeren. Die Werte auf der Machtdistanzskala repräsentieren also die gefühlte Gleichheit bzw. Ungleichheit zwischen Personen mit unterschiedlichem Status. Ein hoher Machtdistanzindex (Power Distance Index, PDI) steht für größere und ein kleiner PDI für niedrigere Ungleichheit. Hofstede entdeckte bedeutsame Zusammenhänge zwischen dem PDI und anderen Werte aus unterschiedlichen Gesellschaftsinstanzen wie Familie, Politik, Religion, Schulsystem etc. Korrelationen fand er zwischen dem PDI und geographischen, wirtschaftlichen und demographischen Landindikatoren. Diese könnten kausal Einfluss auf die Formierung nationaler Differenzen nehmen. Für die Fragestellung der vorliegenden Untersuchung von Machträgern im Kulturvergleich ist Power Distance eine grundlegende Dimension. Eine genauere Darstellung der Power Distance-Werte der untersuchten Kulturen ist Abbildung 3 zu entnehmen.

2.2.1.2 Uncertainty Avoidance

Die Ungewissheit über die Zukunft ist eine grundlegende Tatsache im menschlichen Leben, die sich in die Bereiche Technik, Gesetze und Religion erstreckt (Hofstede, 2003). Uncertainty Avoidance spiegelt wider, wie mit mehrdeutigen und unsicheren Situationen umgegangen wird, und gibt den Grad an, mit dem solche unsicheren Umstände vermieden werden. Die Skala steht auch im Zusammenhang zu der menschlichen Suche nach der Wahrheit. Unsichere oder mehrdeutige Situationen sind oft mit neuen, unbekanntem, unstrukturierten oder überraschenden Ereignissen verbunden. Kulturen, die, um dieses Unbehagen zu minimieren, zur Vermeidung solcher Situationen neigen, sorgen für ein striktes Rechtsverwaltungssystem, danach ausgerichtete deutliche Gesetze und häufige Sicherheitsüberprüfungen. Auf dem philosophischen und religiösen Niveau glauben sie an die absolute Wahrheit. Einstellungen, die hiermit assoziiert werden, schließen Rigidität, Dogmatismus, Traditionalismus, Aberglaube, Rassismus und Ethnozentrismus mit ein. Die Gesellschaftsmitglieder solcher Kulturen zeigen viel mehr Emotionen als in Kulturen, die Ungewissheit akzeptieren. Letztere sind toleranter für unterschiedliche Meinungen, versuchen so wenig Regeln wie möglich aufzustellen und sind auch von philosophischer Seite sehr relativistisch.

2.2.1.3 Individualism/ Collectivism

Hofstede (1980, 2003) nennt seine dritte Dimension Individualismus in Abgrenzung zu Kollektivismus. Im Wesentlichen beschreibt diese Dimension die Gesellschaftsformen, in denen Menschen miteinander leben, z. B. kleine Familien, große Familien oder auch Stämme. Die Lebensform wiederum gibt wichtige Impulse für die Entwicklung von Werten und Verhalten. Hofstede geht davon aus, dass Gruppierungen von Menschen genauso wie Herden im Tierreich sich fundamental dahingehend unterscheiden, wie die Beziehung zwischen dem Einzelnen und der Gesamtheit in der jeweiligen Gesellschaft ausgeprägt ist. Diese Relation spiegelt sich nicht nur in der Gesellschaftsstruktur wieder, sondern weist eine enge Verbindung zu den entsprechenden Gesellschaftsnormen auf. Dies beeinflusst wiederum sowohl die kognitive Vorprogrammierung der Menschen als auch die Struktur und Funktionsart von vielen Instanzen neben der Familie z.B. Politik, Religion und Bildung. Eine Gesellschaftsstruktur kann dementsprechend

entweder als individualistisch oder kollektivistisch betrachtet werden. Das zentrale Element, das an der mentalen Programmierung beteiligt ist, stellt das Selbstkonzept dar: „The tradition-directed person...hardly thinks of himself as an individual“ (Riesman, Glazer & Denney, 1953, p. 33). Kollektivistische Gesellschaften integrieren ihre Mitglieder von Geburt an in kleinen Gesellschaftseinheiten, in denen zwischenmenschliche Beziehungen eine übergeordnete Rolle spielen und das wichtigste Gerüst für die Entwicklung einer kohäsiven sozialen Gesamtheit darstellen. Im Gegensatz dazu ist eine individualistische Gesellschaft eher durch geringere Zugehörigkeit zu Gesellschaftseinheiten und ausgeprägtere Selbstständigkeit des Einzelnen gekennzeichnet. Daher steht im Zentrum einer individualistischen Gesellschaft das Individuum, während eine kollektivistische Gesellschaft eher die Gruppe als soziale Einheit fördert. Hofstede bezeichnet westliche Gesellschaften und Kulturen eher als individualistisch, östliche dagegen kollektivistisch strukturiert. Darüber hinaus weist Hofstede auf den Zusammenhang zwischen Edward Halls (1976) Differenzierung von Kulturkontexten und der Individualismusdimension hin. Hall behauptet, dass je nach Reichhaltigkeit des Kontextes in einer Kultur entweder die interpersonelle (bei high-context Kulturen, in denen sehr wenig Inhalt explizit gemacht werden muss und Verständigung eher über implizite Cues⁹ stattfindet) oder die massenmediale Kommunikation (bei low-context Kulturen, in denen alles expliziert wird und Botschaften offen übermittelt werden) in den Vordergrund der Gesellschaft tritt (s. Kapitel 2.2.2). Andere Forscher wie Gudykunst und Ting-Toomey (1988) vertreten ebenfalls die Meinung, dass deutliche Ähnlichkeiten zwischen Halls Konzept und der Individualismus/ Kollektivismus-Dimension zu finden sind. Demnach sind kontextuell reichhaltige Kulturen eher als kollektivistisch, kontextuell arme Kulturen eher als individualistisch zu verstehen.

Bei der Skalenüberprüfung wies der Individualismus-Index (IDV) eine negative Korrelation mit dem PDI auf. Allerdings ließ sich dieser Effekt, wie bereits erwähnt, mit der Kontrolle der Variable „national wealth“ herausrechnen. Darüber hinaus ließ Hofstede seine Ergebnisse mit Kulturdaten aus anderen Quellen vergleichen und validieren. Dabei stellte sich die Struktur seines Konstruktes als relativ robust heraus. Anhand von Vergleichen mit den Instrumenten und Daten von Schwartz (1994), Smith, Dugan and Trompenaars (1996) und Inglehart (1990, 1997) konnte er auf hohe Übereinstimmungen

⁹ „Cues“ wird in der vorliegenden Arbeit für Hinweisreize verwendet

hinweisen. Die Dimension des Individualismus/ Kollektivismus wird für die vorliegende Arbeit zur grundlegenden Klassifikation der untersuchten Kulturen verwendet. Eine genauere Darstellung der Individualismus-Werte der untersuchten Kulturen ist Abbildung 3 (Kap. 2.2.4) zu entnehmen.

2.2.1.4 Masculinity

Bei der Definition der Dimension Maskulinität geht Hofstede von der fundamentalen Dualität der Geschlechter und deren Einfluss auf bestimmte soziale Ziele aus. Die Verteilung der Geschlechterrollen und damit assoziierte Zuschreibungen stellen grundlegende Konstrukte einer Gesellschaft dar. Diesbezüglich werden in vielen Kulturen Fürsorge, Beziehung, Familie und die seelische Seite mit der weiblichen Rolle assoziiert. Dagegen werden der männlichen Rolle Ego, Erfolg, Zielstrebigkeit, Karriere und Geld zugeschrieben. Hofstede konnte anhand der IBM-Daten zeigen, dass sich Werte, die Frauen zugeschrieben werden, zwischen den Ländern weniger unterscheiden als Männer-Werte. Darüber hinaus unterschieden sich die Männer-Werte von Land zu Land verschieden stark von den Frauen-Werten. Weiterhin waren die Werte einer Gesellschaft insgesamt betrachtet je nach Land entweder eher den Männerwerten oder den Frauenwerten ähnlich. Aus diesen Differenzen bilden sich die zwei Pole dieser Skala: konkurrenzbetonte Werte wurden maskulin, Werte der Bescheidenheit und Fürsorglichkeit feminin genannt. In femininen Gesellschaften sind „weibliche“ Werte stärker ausgeprägt. Zudem ist die Differenz zwischen den Geschlechterrollen kleiner. Frauen zeigen die gleichen fürsorglichen Eigenschaften wie Männer, während in maskulinen Gesellschaften zwischen Frauen und Männern eine Kluft auf der Basis unterschiedlicher Werte entstand.

2.2.1.5 Long-Term Orientation

Die fünfte und letzte Skala wurde auf der Basis von später erhobenen Studenten-Daten in 23 Ländern extrahiert. Die Datenerhebung ist in Kooperation mit chinesischen Forschern entstanden, was sich bei der Interpretation des konfuzianischen Erbes mit seiner langfristigen Orientierung über mehrere Wiedergeburten zeigt. In Bonds Darstellung

findet sich für diese spezielle Kulturdimension daher auch die Bezeichnung „Confucian Dynamism“ (zit. nach Hofstede, 2001). Die mit dieser Dimension verbundenen Implikationen können in zwei Gruppen aufgeteilt werden. Die eine bezieht sich auf Familie, Beruf und das Sozialleben. Die andere beinhaltet die Denkweise, die philosophische und die religiöse Ausrichtung. Langzeit-Orientierung impliziert Beharrlichkeit und Sparsamkeit. Dagegen wird Kurzzeit-Orientierung eher mit Respekt gegenüber Tradition, Erfüllen von sozialen Verpflichtungen und spezifischen kulturellen Werten wie dem Gesichtsverlust assoziiert. Diesbezüglich stellte Hofstede ebenfalls grundlegende Differenzen zwischen westlichen und östlichen Kulturen fest. China oder auch andere asiatische Kulturen weisen eine stark ausgeprägte Langzeit-Orientierung auf. Neben oben aufgeführten Werten spielt in diesen Gesellschaften der Status eine große Rolle, wonach auch Beziehungen angeordnet werden. Dies spiegelt sich wiederum in Geschäftssituationen wider. Finnland, Frankreich, Deutschland und USA weisen als westliche Kulturen dagegen einen eher niedrigen Langzeit-Orientierungsindex auf.

2.2.2 Halls Theorie der Kultur-Kontexte und der interpersonellen Distanz

Zwei weit von einander abweichende Forschungsfelder – die Anthropologie und die Psychoanalyse – brachten den Anthropologen Edward T. Hall auf die Idee, dass menschliches Denken und Handeln sehr stark von kulturellen Einflüssen modifiziert wird. „The culture underlines a law, and many things can be read and understood by studying the way in which the law is handled“ (Hall, 1976, S. 107). Aus diesen Überlegungen hat sich das Konzept des kulturellen Kontextes ableiten lassen (Hall, 1976). Hall definiert Kontext als „information that surrounds an event“ (1989, S.6). Diese Information wird als ein kritischer und notwendiger Zusatz gesehen, der den inhaltlichen Gehalt jeder Situation steuert. Daher wird der kulturelle Kontext von Hall näher als ein wesentlicher Faktor spezifiziert, welcher der menschlichen Kommunikation eine bestimmte Bedeutungsrichtung vorgibt. Gleichzeitig wird angenommen, dass die Mitglieder einer Kultur durch Vermittlung von bestimmten Werten in eine von zwei stark kulturspezifischen, generell unterschiedlichen Richtungen geprägt werden. Diese zwei Richtungen bilden die beiden Pole eines Kontinuums und werden nach der Reichhaltigkeit und den Schichten der benötigten Information unterschieden. Bevor dieser Kultur-

faktor des high-context vs. low-context näher erläutert wird, soll kurz das Konzept der interpersonellen Distanz von Hall eingeführt werden.

Hall (1969) hat in seiner Forschung darauf hingewiesen dass auch die räumliche Organisation ein bedeutsames Element einer Kultur sein kann. Er geht davon aus, dass jede Person von einer persönlichen unsichtbaren Raum-Blase umgeben ist. Diese ist von der Beziehung zu umgebenden Menschen, der emotionalen Verfassung der Person sowie von den kulturellen Zusammenhängen abhängig und kann sich dementsprechend verändern. Räumliche Veränderungen moderieren die Kommunikation, setzen Akzente und leiten oft auch die gesprochenen Worte. Wenn eine Person diese räumliche Distanz verkürzt, ist die typische Reaktion eines Individuums einer low-context Kultur sich zurückzubewegen, um den gewohnten Abstand wieder herzustellen. In einer high-context Kultur dagegen ist die Distanz zwischen den kommunizierenden Personen sowohl bei privaten Gesprächen als auch in Geschäftssituationen viel geringer.

Die Immediacy Dimension (Dimension der Unmittelbarkeit) bildet auf der einen Seite der beiden Pole die Attribute Annäherung und Zugänglichkeit bzw. auf der anderen Seite Vermeidung und Distanz ab (Andersen 1985). Die Kulturen, die eine nonverbale Nähe in den interpersonellen Beziehungen aufbringen, z.B. die Kulturen Südamerikas, Süd- und Osteuropas wie auch die arabische Kultur, werden auch high-contact-Kulturen genannt (Hall, 1969; Hecht, Andersen, & Ribeau, 1989). Bei diesen Kulturen wird Unmittelbarkeit und Nähe durch engen sensorischen Input wie das Berühren erreicht. Im Gegensatz dazu werden solche Kontakte bei low-contact Kulturen wie Nordamerika oder Nordeuropa eher vermieden.

Hall hat durch abstrakte Aufgaben die Beziehungen, Relationen und Zugehörigkeit in einer Kultur untersucht. Er fand heraus, dass arabische Teilnehmer die vorgegebenen Objekte ausschließlich in einem Kontext interpretieren konnten, während die amerikanischen Teilnehmer dieselben nur in Relation zueinander sahen:

„Arab subjects were unable or unwilling to make a judgment as to whether two objects were close together or not if the surrounding area was not specified. In other words, Arabs saw the objects in a context; Americans saw the objects only in relation to each other.”

Hall (1979, S. 299, [Hervorhebungen im Original])

Aufgrund dieser Beobachtungen fasste Hall zusammen, wie tief greifende Zusammenhänge und Distanz- bzw. Näheverhältnisse in einer Kultur funktionieren und wahrzunehmen sind. Überlegungen zu kontextuellen Zusammenhängen werden im nächsten Abschnitt näher erläutert.

2.2.2.1 High-Context Kultur vs. Low-context Kultur

Eine kulturelle Umgebung, die als high-context charakterisiert ist, zeichnet sich durch mehrere Details in der Gesellschaftsstruktur aus. Diese sind für das richtige Verständnis der internen Gesetze und somit für die richtige Funktionsart und -weise dieser Kultur verantwortlich. Viele Verhaltensweisen werden als selbstverständlich angenommen, wodurch es Kulturexternen meistens schwer fällt, die ungeschriebenen internen Gesetze einer fremden Kultur zu verstehen. Im Gegensatz zur Mehrdimensionalität einer high-context Kultur zeichnen sich low-context Kulturen durch eine relative Einfachheit der Verhaltensweisen aus, die als explizit gegeben und selbstverständlich gelten. Das führt zu einem größeren Erklärungs- und Beschreibungsbedarf wie auch zu konkreten und klaren Ausdrucksweisen in verschiedenen Kommunikationssituationen, gleichzeitig aber auch zu einem geringeren Missverständnispotential. In solchen Kulturen verfügt der Zuhörer über sehr wenig Ausgangsinformation und benötigt deshalb mehr Erläuterung. Dem Zuhörer in high-context Kulturen dagegen sind bereits kontextuelle Information bekannt (er gilt als „contextualised“) und deshalb benötigt er eine geringe Neu-Informationszufuhr (vgl. Hall & Hall, 1990; Korac-Kakabadse, Kouzmin, Korac-Kakabadse, & Savery, 2001). Aufgrund der impliziten Reichhaltigkeit der kontextuellen Information werden sehr wenige Kommunikationsinhalte auf eine direkte Art und Weise vermittelt. Viel mehr Inhalte werden aus dem Kontext in Form von Deutungen subtiler Kommunikationsindikatoren entnommen. Solche Kommunikationsindikatoren stellen zum Beispiel die sprachlichen paraverbalen und die körperlichen nonverbalen Signale dar, die für die high-context Kulturen wesentlich stärkere ausgeprägte Bedeutungsträger verkörpern. In low-context Kulturen werden viele externe und umgebende Faktoren in der Kommunikation ausgeblendet oder mit umfassenden verbalen Erklärungen umgangen. Die high-context Kommunikation benötigt mehr Zeit, weil dabei sogar in geschäftlichen Situationen Faktoren wie Vertrauen, freundschaftliche oder familiäre

Beziehungen, individuelle Bedürfnisse sowie die konkrete Situation abwägt und berücksichtigt werden. Im Gegensatz dazu spielt in low-context Kulturen die sachliche Verhandlung in Geschäftssituationen eine viel entscheidendere Rolle. Dabei wird keine Zeit verschwendet, um nebensächliche Informationen mit einzubeziehen.

Laut Hall (1976) bilden diese zwei Pole ein Kontinuum auf dem die unterschiedlichen Kulturen eine differenziertere Ausprägung annehmen können. Das Verhalten der Akteure ist durch das jeweilige Kultursystem beeinflusst. Darüber hinaus wird jedes Individuum in unmittelbarer Relation zu anderen aus der eigenen Kultur oder in Abgrenzung zu Akteuren aus fremden Kultursystemen gesehen. Halls Beobachtungen beschreiben sowohl bruchstückhafte und vereinzelte Beziehungen, die eine oberflächliche Vernetzung mit anderen darstellen (wie anhand des Beispiels der deutschen und schweizerischen Kulturen aufgeführt), als auch die kulturelle Systematik aus dem „Far East“, was im gesellschaftlichen Zentrum tief greifende soziale Vernetzungen voraussetzt. Von einem Vertreter der letzteren Kultur wird nicht erwartet, spezifisch und konkret zu sein, sondern eher implizite „roundabout“ Hinweise für seine Gedanken zu geben (vgl. Korac-Kakabadse et al., 2001). Besonders auffällig ist diese Verhaltensweise im Bezug auf unangenehme Gesprächsthemen zu beobachten, wenn das Konkretisieren von prekären Informationen eher mit Gesichtsverlust assoziiert wird.

Obwohl in einer Kultur laut Hall sowohl high- als auch low-context Kommunikation stattfinden kann, unterscheiden sich die Kulturen auf dem oben beschriebenen Kontinuum in jedem einzelnen Diskurs, von privat bis geschäftlich, in der Neigung zu kontextueller Reichhaltigkeit voneinander. Deshalb sind auch hier ausreichend Indizien für gravierende Differenzen zwischen den Kulturen zu entnehmen. Daraus ergibt sich die Frage nach der Kontextreichhaltigkeit der Inszenierungen von politischem Geschehen und der medialen Repräsentation politischer Machttäger im Kulturvergleich.

2.2.3 Das Wertesystem von S. Schwartz

Shalom Schwartz (1992, 1994) hat seine Forschung danach ausgerichtet allgemeingültige individuelle Werte zu identifizieren, welche die führenden Prinzipien des menschlichen Lebens darstellen können. Diesbezüglich hat Schwarz ein Instrument entwickelt – 'Schwartz Value Inventory' (SVI) – und damit die Daten von über 60 000 Personen er-

fasst. Ausgehend von diesen Daten stellte Schwartz (1994) ein alternatives Konzept zu Hofstede's Modell der Kulturdimensionen vor, das auf folgenden zehn Einzelwerten aufgebaut ist: Power, Achievement, Hedonism, Stimulation, Self-Direction, Universalism, Benevolence, Tradition, Conformity und Security. Die einzelnen Wertkonzepte sind motivationsgesteuert und individuell erhoben. Die spezifische Struktur der Gesamtwertsysteme definiert sich über soziale und psychologische Konflikte, in dem die Einzelwerte herausgefordert werden. Im Folgenden werden die vom Schwartz definierten Einzelwerte kurz erläutert.

Macht (Power) bestimmt einen Wert, der mit Status und Prestige assoziiert wird. Andere zu kontrollieren und über Ressourcen und Güter zu verfügen wird auch als Teil der Konnotation dieses Wertes gesehen. Die Leistung (Achievement) beschreibt die Zielsetzung und das Erreichen der gesetzten Ziele. Das Ausmaß an Leistungsorientierung wird an der Herausforderung durch gesetzte Ziele gemessen. An der Leistung anderer gemessen beschreibt dieser Wert die Konkurrenz und das Streben, immer höhere Ziele zu erreichen. Der nächste Wert, Hedonismus (Hedonism), beschreibt das Ausleben von Vergnügen, das Überschreiten von jeglichen Grenzen im Namen eines genussvollen Lebens. Stimulation (Stimulation) beschreibt das Bedürfnis nach Motivation und wird von Schwarz in einer sehr ähnlichen Richtung wie Hedonismus gesehen, obwohl das Ziel anders ausgerichtet ist. Das Vergnügen und die Freude kommen hier von der Aufregung und der Vorfreude der Herausforderung. Eine Person, der dieser Wert wichtig ist, wird sicherlich die freie Zeit lieber in z.B. Extremsportarten investieren, als in etwas, was pure Entspannung bringt, wie z.B. Spaziergehen. Der nächste Wert, die Selbstbestimmung (Self-direction), ist typisch für Personen, die Unabhängigkeit anstreben und genießen. Diese leben sie meistens in Kunst und Kreativität aus, wo sie sich völlig entfalten und den Wunsch nach Freiheit verwirklichen können. Die Personen, die sich in dem Wert Universalismus (Universalism) wieder finden, sind meistens Kämpfer für Gerechtigkeit und Toleranz, fördern und verbreiten Friedensglaube, streben nach Gleichheit oder verabscheuen Krieg und Ungerechtigkeit. Wohlwollen (Benevolence) steht an erster Stelle für Personen, die sehr gütig sind, sehr viel geben, anderen helfen, sich um alle kümmern und generelles Wohlwollen verbreiten. Die Tradition (Tradition) ist wichtig für Vertreter der Kulturen, welche die Vergangenheit respektieren und sich durch relativ konservative Einstellungen auszeichnen. Solche Individuen sind daran interessiert, keine Veränderungen durchzuführen und alles beim Alten zu belassen. Konformität (Conformity) gehört zu den Werten solcher Gesellschaften, die sehr gehor-

sam gegenüber Regeln und festen Strukturen sind. Sicherheit (Security) suchen Personen, für die Schutz und Gesundheit eine entscheidende Rolle im Leben spielen.

Schwartz (1994) hat sein Modell anhand der Daten von 87 Samples an 41 kulturellen Gruppen und 38 Nationen getestet. Das Modell weist auf einer übergeordneten Ebene die Gruppierung von Werten auf entgegengesetzten Polen in zwei Dimensionen auf. Die erste Dimension Openness to Change/ Conservation definiert sich wiederum über zwei Pole: (1) Openness to Change mit den Werten Stimulation und Self-Direction und (2) Conservation mit den Werten Security, Tradition und Conformity. Die zweite Dimension definiert sich über die beiden Pole (1) Self-Enhancement mit den Werten Achievement und Power sowie (2) Self-Transcendence mit den Werten Universalism und Benevolence. Der Wert Hedonism ist in beiden Dimensionen, in Openness to Change und Self-Enhancement, wiedergegeben. Durch seine vielfältige Werteerfassung wird das Modell im Vergleich zu Hofstede als vollständiger betrachtet. Zusätzlich geht Schwartz auf die kulturelle bzw. individuelle Erschließung der Werte und Dimensionen ein. Im Gegensatz zu Hofstede, der sein Modell aus der Kulturebene extrahiert, sind die von Schwarz beschriebenen Werte der Individualebene entnommen und angepasst worden. So meint Schwartz (1992, 1994) die spezifischen psychologischen Dynamiken, die ein Individuum via Konflikt- oder Verträglichkeitssituationen im alltäglichen Leben erfährt, reflektieren zu können. Auf der Kulturebene betrachtet, werden dann die bereits ausgefilterten und gesellschaftlich erwünschten Werte widergespiegelt. Sie können vielleicht eine genauere Aussage über die Funktionsart einer Gesellschaft ermöglichen, jedoch keine Varianz und Einzigartigkeit zulassen. Ein Kulturniveau kann außerdem selten direkt erfasst werden. Die Dimension Derivation verläuft hier eher über Beobachtungen von Gesellschaftsprodukten, die sich im Verhalten widerspiegeln und aus einer bewussten oder unbewussten Sozialisation resultieren. Zusammenfassend sieht Schwarz sein Modell als „This approach, adopted here, views individual values as partly a product of shared culture and partly a product of unique individual experience“ (Schwartz, 1994, S. 92). Ausgehend von der Individualebene hat Schwartz erwartet, relativ ähnliche Konstrukte auf der Kulturebene zu finden.

Zur Abgrenzung stellt Schwartz das Individualismus/ Kollektivismus Konzept von Triandis dar (vgl. auch Triandis, 1990). Das Konzept beobachtet viel stärker als bei Hofstede die Aufstellung und Verwirklichung von persönlichen Zielen in den Kulturen.

Während in kollektivistischen Gesellschaften die gemeinsamen Ziele viel mehr im Vordergrund stehen, wird in individualistischen Gesellschaften eher den eigenen Zielen Priorität gegeben. Zusätzlich werden hier die Konstrukte Individualismus und Kollektivismus als zwei voneinander unabhängige Dimensionen gesehen. Schwartz selber vermeidet die Bezeichnung Individualismus/ Kollektivismus und nennt seine äquivalenten Dimensionen zunächst Autonomy/ Conservatism. Kulturen, die eher am Autonomie-Pol zu finden sind, definieren sich über die Unabhängigkeit der Rechte und Wünsche einzelner Mitgliedern der jeweiligen Gesellschaft. Am entgegengesetzten Pol sind Personen zu finden, die als fest integrierter Bestandteil der jeweiligen „social fabric“ funktionieren und deren eigener Wert sich nicht über die Einzigartigkeit, sondern über die Gesamtheit und das gemeinsame Erleben definiert (Schwartz, 1994, S. 95). Diesbezüglich sind hier Kreativität, Abenteuer, Aufregung und Lebensgenuss die Werte, die eher mit Autonomie assoziiert werden, während soziale Ordnung, Sicherheit, Selbstdisziplin, Reziprozität und gegenseitige Unterstützung eher mit Konservatismus assoziiert werden. Die Implikationen von Hofstede's Power Distance Dimension sieht Schwartz auch in seinem eigenen Modell integriert. Allerdings sind diese als eine Ausprägung der sozialen Macht, der Ordnung und der festen Gesellschaftsstrukturen dem Konservatismus-Pol zugeordnet. Nach tief greifenden Analysen hat Schwartz aus seinen Kulturdaten sieben Werte-Komplexe extrahiert und diese mit der Kulturzuordnung bei Hofstede erneut verglichen. Die höchsten Korrelationen konnten zwischen Konservatismus und Power Distance, (affektive und intellektuelle) Autonomie und Individualismus nachgewiesen werden. Zusätzlich ergab sich ein negativer Zusammenhang zwischen Konservatismus und der Dimension Individualismus/ Kollektivismus.

2.2.4 Konsequenzen für die kulturelle Kommunikation

Ausgehend von den so dargestellten Kulturmodellen kann festgehalten werden, dass eine Kultur im Wesentlichen erlernt ist und im sozialen Umfeld des Individuums entsteht (Hofstede, 1991). Burgoon und Hoobler (2002) fassen diesbezüglich zusammen:

“Cultures differ radically in their use of space, touch, time, and artefacts; in the symbolism of their attire; in their use of kinesic and vocal cues – in short, in all the nonverbal codes [...]. Cultural differences are not random events; they occur because cultures develop with different geographies, climates, economies, religions, and histories, all exerting their own unique influences [...]. These differences in interaction and communication have been categorized into a number of dimensions, such as individualism/collectivism, power distance, high and low context.” (S. 258)

Eine Kultur impliziert eine einheitliche Kodierung auf vielen Ebenen: ein einheitliches sprachliches System, Kulturerbe und Geschichte, soziale Organisation, Normen, Wissen, Einstellungen und Glauben. Darüber hinaus verfügt sie über Rezeptionsmuster, die von der sozialen Identifikationsgruppe unterstützt und erwartet werden, und die sich in verbaler sowie nonverbaler Kommunikation niederschlagen (Hall, 1969). Der wesentliche Unterschied zwischen den Kulturen besteht darin, wie zwischenmenschlichen Werte, interpersonelle Beziehungen und interpersonelle bzw. medialisierte Kommunikation verstanden und erlebt werden (Gudykunst & Nishida, 1986; Gudykunst & Ting-Toomey, 1988).

Neuere Ansätze (Kitayama & Uchida 2004) beschreiben Kulturen in der Abhängigkeit bzw. Unabhängigkeit von sozialen Beziehungen und Handlungen: independent agency vs. interdependent agency. Darüber hinaus betonen Nisbett, Peng, Choi und Norenzayan, (2001) interkulturelle Unterschiede in der allgemeinen Sichtweise: östliche Kulturen verfügen über ein holistisches, westliche hingegen über ein subjektives, analytisches Weltverständnis. Diesbezüglich lassen sich in der Wahrnehmung Fokussierungsunterschiede feststellen: Details werden von östlichen Kulturen in Relation gesehen, westliche Kulturen stellen eher die einzelnen Details in den Vordergrund.

In der vorliegenden Arbeit werden vor dem Hintergrund theoretischer und gesellschaftlich-politischer Ableitungen drei Kulturen miteinander verglichen: die nordamerikanische, deutsche und arabische Kultur.

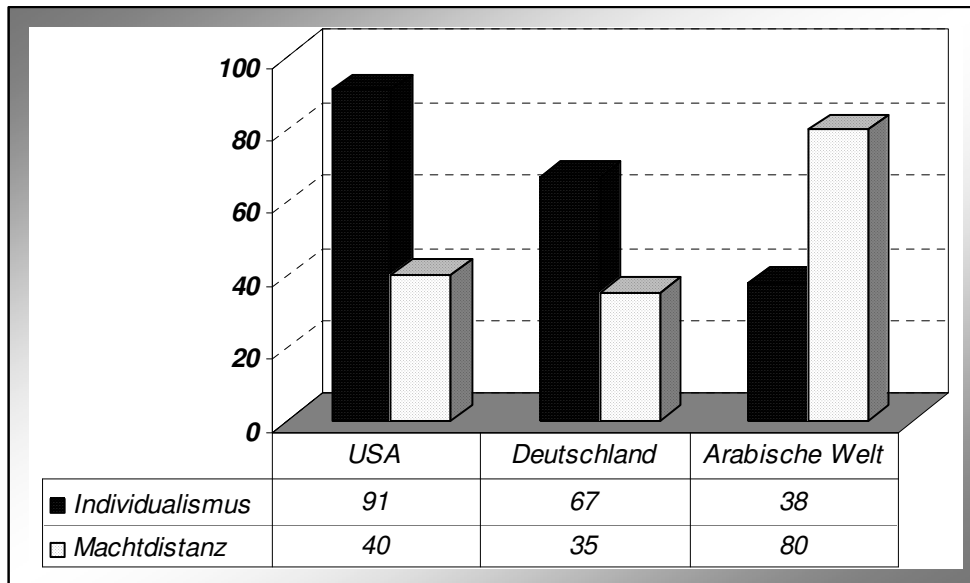


Abbildung 3: Individualismus- und Machtdistanzwerte der Untersuchungsländer (Hofstede, 2003)

Die deutsche und amerikanische Kultur sind in Deutschland bzw. den USA zu finden. Bei der arabischen Kultur ist diese territoriale Zuschreibung nicht so eindeutig möglich. Sie wird mit den Grenzen der arabischen Welt und der islamischen Religion assoziiert. Laut aktuellen Onlinequellen mit soziologisch neu erhobenen Daten (<http://www.arabworld.org/>, <http://de.wikipedia.org>) gehören folgende Länder zur arabischen Welt: Ägypten, Algerien, Bahrain, Dschibuti, Eritrea, Irak, Jemen, Jordanien, Katar, Kuwait, Libanon, Libyen, Marokko, Mauretanien, Oman, Palästinensische Autonomiegebiete, Saudi-Arabien, Somalia, Sudan, Syrien, Tunesien und die Vereinigten Arabischen Emirate. Zusätzlich wird für die Erforschung massenmedialer Kommunikation in der vorliegenden Arbeit der Iran, trotz persischer Abstammung, als einflussreicher Staat miteinbezogen. Laut soziologischer Daten weisen im Iran nur etwa 50 % der Bevölkerung eine persische Herkunft vor. Die restlichen 50% setzen sich aus unterschiedlichen arabischen Minderheiten zusammen (Wikipedia, 2008, http://lexicorient.com/e.o/iran_4.htm). Darüber hinaus gilt die islamische Religion im Iran mit 95% als führend. Vor diesem Hintergrund wird hier die iranische Kultur in die arabische miteinbezogen.

Im Folgenden werden die drei ausgewählten Kulturen kurz bezüglich der Dimensionen Individualismus/ Kollektivismus und Power Distance (Hofstede, 1980, 2003) eingeord-

net. Zusätzlich wird eine kritische Betrachtung bezüglich der Klassifizierung nach high-context und low-context Kultur nach Hall (1989) vorgenommen.

Zandpour und Sadri (1996) haben sich mit der Ausprägung der kulturellen Dimensionen von Hofstede (1980, 2003) und Hall (1976) in der iranischen Kultur beschäftigt. Bezüglich Individualismus/ Kollektivismus hat der Iran bei Hofstedes Datenerhebung in der Dimension Individualismus mit einem relativ niedrigen¹⁰ Index abgeschnitten. Verglichen mit Kulturen, die relativ hohe Werte in der Individualismus-Dimension erzielt haben, z.B. die USA und die meisten nordeuropäischen Staaten, wurde der Iran, genauso wie die gesamte arabische Welt, eher kollektivistisch eingestuft (vgl. Hofstede 1980, Zandpour & Sadri, 1996). In der iranischen Kultur finden sich viele der als kollektivistisch definierten Charakteristiken wieder. Ein wichtiger Identifikationsindikator wird durch die Sprache vermittelt, indem Iraner viel häufiger „wir“ als „ich“ in ihrem täglichen Sprachgebrauch verwenden. Dadurch wird die Zugehörigkeit zur Gruppe im Alltag der Iraner manifestiert. Ein zusätzlicher Indikator der kollektivistischen Kultur findet sich im Stellenwert der Familie wieder. Iraner leben in größeren Familien mit bis zu drei Generationen unter einem Dach und den älteren Familienmitgliedern wird größerer Respekt entgegengebracht. Da diese Kultur viel mehr die Gruppe als solche und das Gruppengefühl in den Vordergrund der Gesellschaft stellt, werden auch alle Entscheidungen im Leben des Einzelnen auf der Meinung der Gruppenmitglieder aufgebaut. Bezüglich der Dimension Machtdistanz hat der Iran, wie auch die gesamte arabische Welt, mit einem recht hohen Indexwert abgeschnitten. Bestimmte Indikatoren der großen Machtdistanz sind im nonverbalen Verhalten und der interpersonellen Interaktion erkennbar (Zandpour & Sadri, 1996). Machtdistanz manifestiert sich in der Verteilung von Autorität. Vorgesetzten, älteren Familienmitglieder oder anderen Personen mit einer höheren gesellschaftlicher Position wird eine bedingungslose Anerkennung zugesprochen. Bezüglich Halls Klassifikation von high- vs. low-context Kulturen wurde der Iran, wie die gesamte arabische Kultur und ähnlich den meisten asiatischen Kulturen, als kontextreichhaltig gesehen (Gudykunst, 1988, 1991; Gudykunst & Ting-Toomey, 1988b; Hall, 1989). Die high-context Kulturen gelten als sensitiver sowohl für nonverbale als auch für verbale Kommunikation. Auch subtile Gesten und Emotionen sind wichtige Indikatoren. In der iranischen Kultur spielen nonverbale Cues (unter anderem

¹⁰ Hofstede hat auf der Individualismus-Dimension für den Iran einen Wert von .41 ermittelt

auch Äußeres) eine besondere Rolle für die Implikation von sozialem Status, gutem Geschmack sowie einem gewissem Maß gesellschaftlicher Überlegenheit (vgl. Zandpour & Sadri, 1996). Solche kontextuellen Informationen sind nur für die Mitglieder dieser Kultur abrufbar. Barakat (1972) konnte konkret in Bezug auf das nonverbale Verhalten der arabischen Kultur zeigen, dass in der nonverbalen Sprache kulturelle Besonderheiten nachzuweisen sind: „...they actually used certain gestures that could be established as peculiarly Arabic and quite different from American ones“ (S. 754). Sie werden nicht öffentlich ausgesprochen, sondern implizit vermittelt und verstanden. Zusätzlich wird der arabischen Kultur, als eine östliche Kultur, Interdependenz und eine eher holistische Sichtweise unterstellt (Kitayama & Uchida, 2004).

Die amerikanische und deutsche Kultur werden von vielen Kulturforschern als westliche Kulturen und damit eindeutig eher zum individualistischen Bereich der Individualismus/ Kollektivismus-Differenzierung zugehörig eingestuft (Gudykunst, 1996; Gudykunst & Nishida, 1986; Gudykunst & Ting-Toomey, 1988; Hofstede, 2003; Kluckhohn, 1951). In solchen Kulturen werden individuelle Ziele in den Vordergrund gestellt. „People are supposed to look after themselves and their immediate family only“ (Hofstede & Bond, 1984, S. 419). Dennoch werden auch in individualistischen Gesellschaften, wie der amerikanischen und deutschen, kleine Gruppen, sogenannte „ingroups“, vorgefunden. Im Leben des Individuums treten mehrere ingroups in Erscheinung (angefangen bei der kleinen Familie bis zum Golfklub oder dem Social Club), deren Gruppenzugehörigkeit jedoch keinen großen Einfluss auf das Verhalten des Einzelnen hat (Gudykunst & Matsumoto, 1996). Die einzelnen Individuen wiederum verhalten sich eher universalistisch zueinander, in dem sie die gleichen Wertestandards für alle Mitglieder anwenden. Im Vergleich dazu verwenden kollektivistische Gesellschaften einen unterschiedlichen Wertemaßstab für die Zugehörigen anderer Gruppen. Untereinander unterscheiden sich die USA und Deutschland im Individualismus/ Kollektivismus-Index minimal, dennoch ist die amerikanische Kultur nach Hofstedes Datenanalysen als individualistischer eingestuft (s. Abbildung 3). In Bezug auf Halls Kultur-Konzept der kontextuellen Reichhaltigkeit sind sowohl die amerikanische als auch die deutsche Kultur als low-context Kulturen anzusehen. Entsprechend wird in diesen beiden Gesellschaften offener und direkter kommuniziert. Die verbale Verständigung spielt eine bedeutendere Rolle als die nonverbalen subtilen Zeichen. Sie

werden als independent gesehen und weisen dazu eine eher analytische Sichtweise auf (Kitayama & Uchida, 2004).

Abschließend soll hier angemerkt werden, dass die drei ausgewählten Kulturen nicht über alle Kulturforschungsrichtungen hinweg das gleiche Profil aufweisen. Zum Beispiel konnte Schwartz (1992, 1994) zeigen, dass eine Kultur nicht immer eindeutig zugeordnet und nicht als absolut individualistisch bzw. kollektivistisch gesehen werden kann. Bezüglich seines Werte-Systems hat Schwartz in der Konservatismus-Dimension die höchsten Ergebnisse für die arabische Welt ermittelt. Die USA haben in der gleichen Dimension tendenziell niedriger abgeschnitten und Deutschland wurde am niedrigsten eingestuft. Umgekehrt die Zuordnung in der Dimension Autonomie – die höchsten Werte erzielte Deutschland, gefolgt von den USA, während die niedrigsten Werte in der arabischen Welt erreicht wurden.

2.3 Nonverbale Kommunikation und Personwahrnehmung im Kulturkontext

Das nonverbale Verhalten spielt in der Kommunikation eine subtile Rolle. In den ersten Momenten einer Begegnung ist es für die Wahrnehmung des Gegenübers viel entscheidender als gesprochene Worte (Argyle, Salter, Nicholson, Williams, & Burgess, 1970; Mehrabian & Ferris, 1967; Mehrabian & Wiener, 1967). Die Ursache liegt in der schnellen Übertragung und Registrierung nonverbaler Botschaften, welche die menschliche Personenwahrnehmung in einer Interaktion steuern und modifizieren (Dimberg, 1997). Die vorliegende Arbeit konzentriert sich auf die Inszenierung politischer Machträger unterschiedlicher Kulturen im medialen Kontext. Während die Präsentation der politischen Akteure frei von verbalen Inhalten betrachtet wird, kann die nonverbale Kommunikation der inszenierten Personen weiterhin wahrgenommen werden. Im nächsten Abschnitt werden einige Theorien zur nonverbalen Kommunikation und Personwahrnehmung eingeführt sowie die zentralen Funktionen des nonverbalen Verhaltens im Kulturkontext erläutert.

Ausgehend von linguistischen Modellvorstellungen lassen sich nach Birdwhistell (1970) zwei zentrale Funktionsbereiche des nonverbalen Verhaltens unterscheiden. Der erste Funktionsbereich, die Interaktions-Prozess-Steuerung, bezieht sich auf die Regulation und Steuerung des Interaktionsprozesses. Hierzu gehören die so genannten Turn-Taking-Cues, die den Sprecher-Hörer-Wechsel steuern, wie auch die Back-Channel-Signale, die der Hörer dem Sprecher zurückmeldet und damit seinen Redefluss kontinuierlich unterstützt. Die Abwesenheit solcher Feedback-Signale kann dazu führen, dass der Sprecher seine Äußerungen unterbricht oder den Zusammenhang verliert. Hierbei spielen sowohl verbale als auch nonverbale Signale eine besondere Rolle. Die zweite Funktion – Illustration, Substitution und Verdeutlichung – bezieht sich auf die Darstellung und Veranschaulichung der übermittelten Informationen. Diese Aufgaben werden eher von nonverbalen Cues mimischer und gestischer Art erfüllt. Dabei werden verschiedene Arten von Illustrationen unterschieden, die die Sprache begleiten und eng mit Phrasierung oder Lautstärke verbunden sind.

Ein erweitertes Modell der Funktionen von visuell wahrnehmbarem Verhalten stellen Bente und Krämer (2001) dar. Dabei sind vier grundlegende Funktionen zu beachten:

(1) Modellfunktionen, die motorische Aktivitäten mit Vorbildfunktion für den Betrachter umfassen; (2) Diskursfunktionen, die die Sprachproduktion begleiten und dabei substituierende, komplementäre oder supplementäre Funktionen übernehmen; (3) Dialogfunktion, die durch Turn-Taking- und Back-Channel-Signale die Kommunikation regulieren und (4) Sozio-emotionale Funktionen, die eine besondere Rolle im Bereich der interpersonellen Beziehung spielen und einen Einfluss auf die Personwahrnehmung haben. Die sozio-emotionale Funktion des nonverbalen Verhaltens kann weiterhin in mehrere Komponenten unterteilt werden, die sich in drei Dimensionen repräsentieren lassen: evaluation, potency/ status und responsiveness/ activity (Krämer 2001; Mehrabian, 1970; Scherer, 1979). In allen drei Dimensionen lassen sich nonverbale Cues identifizieren, die auf eine spezifische Art und Weise sozio-emotionale Signale in der Interaktion transferieren und somit die Kommunikation unterstützen. Viele Aspekte der Emotionsregulation in der Kommunikation werden durch Gesichtsausdrücke übertragen. Ekman und Friesen (1971) haben ihre Forschungsarbeit danach ausgerichtet, so genannte Emotional Displays zu erforschen und eine Methode zur detaillierten Erkennung diskreter Emotionen zu erarbeiten. Das aus dieser Idee entwickelte Facial Action Coding System ordnet jeder sichtbaren Bewegung der mimischen Muskulatur eine Bewegungseinheit (unit) zu (Ekman & Friesen, 1978). Hierbei handelt es sich um Einheiten, die eine oder mehrere Gesichtsmuskelkontraktionen zusammenfassen. Somit wird eine Klassifikation der mimischen nonverbalen Sprache erreicht, die mit der Notation verbaler Ausdrücken in der geschriebenen Sprache vergleichbar ist. In einem interkulturellen Kontext konnten diesbezüglich Kulturunterschiede nicht nur postuliert, sondern auch empirisch als so genannte display rules nachgewiesen werden (Ekman, 1984; Krämer, 2001; Tomkins, 1984). Zum Beispiel wird der Gesichtsausdruck in östlichen Kulturen wie Japan viel strenger unter der kulturverankerten Norm der emotionalen Selbstbeherrschung als in westlichen Kulturen. Solche Kulturdifferenzen tragen das Potential zu Missinterpretation oder Missverständnis in der Personenwahrnehmung, insbesondere in einem fremden kulturellen Kontext (Bente, Senokozlieva, Pennig, Al-Issa, & Fischer, 2008).

Auch in gestischer Aktivität werden nonverbale Cues erkannt, die in die sozio-emotionale Regulation der Interaktion involviert sind. Insbesondere für die Übertragung von Machtsignalen und die Reglementation von Status lassen sich nach Mehrabian (1970) die so genannten Relaxation-Cues ableiten. Durch bestimmte Körperhaltungen wird eine Zuweisung der Hierarchieposition in der Kommunikation unterstützt. Blick-

verhalten wird ebenfalls als Träger von Statussignalen postuliert. Von direktem und langem Blickkontakt (Anstarren) bis zur Ignoranz des Blickverhaltens während der Sprechanteile des Gegenübers lassen sich Blicksignale definieren, die zwar Macht reglementieren, sich jedoch im kulturellen Kontext voneinander unterscheiden (Aguinis, Simonsen & Pierce, 1998; DePaulo & Friedman, 1998). Darüber hinaus lassen sich aus der Literatur auch Hinweise über verschiedene Kopfpositionen und -bewegungen ableiten, die ebenfalls eine entsprechend unterschiedliche Statuszuweisung auslösen (Frey, Jorns, & Daw, 1980; Krämer, 2001). Mignault and Chaudhuri (2003) haben anhand der dreidimensionalen Kopfmodelle von 64 Teilnehmern die Hypothesen bestätigt, dass der angehobene Kopf Dominanz-Cues und Überlegenheitsemotionen übermittelt. Darüber hinaus konnten sie zeigen, dass die gleiche nonverbale Position von Rezipienten auch mit Glück assoziiert wurde. Whitehead und Smith (2002) haben den Gebrauch bestimmter nonverbaler Signale bei fünf der mächtigsten politischen Akteure (Präsidenten der USA) untersucht. In Anlehnung an Halls (1966) Annahme, dass mit der ansteigenden Entfernung zum Interaktionspartner in der nonverbalen Kommunikation weniger Gesichtsausdrücke, dafür mehr Handgesten verwendet werden, haben sie mediale Aufnahmen von Auftritten dieser fünf Präsidenten analysiert. Mit der gefundenen überwiegenden Handbewegungsaktivität konnten die Autoren die Hypothesen bestätigen. Darüber hinaus wurden die verwendeten Gesten als Dominanzzeichen interpretiert. Allerdings wurde diese Untersuchung ausschließlich auf der Produktionsseite des nonverbalen Verhaltens durchgeführt.

Auf der Rezeptionsseite lassen sich Personen in einer Kommunikationssituation von ersten Eindrücken wie „appearance, voice and behavior“ leiten (Zebrowitz, 1990; S. 45). Abgesehen von verbalen Botschaften sind die nonverbalen Hinweisreize – wie Gesichtsausdruck, Augenkontakt, Lächeln, Körperhaltungen, gestische Aktivität, Einsatz im personalen Raum, Distanzgebrauch oder allgemeine äußere Erscheinung etc. – die subtilen, aber essentiellen Elemente der ersten Eindrucksbildung. Im Gegensatz zu einigen konstruktivistischen Rezeptionsansätzen definiert Zebrowitz (1990) den Wahrnehmungsprozess als eine Art Entdeckung der übertragenen Reizstruktur „this structure is detected by the perceiver rather than being created by the perceiver“ (S. 5, Hervorhebung in Original). Demzufolge wird die nonverbale Stimulusinformation in der Wahrnehmung aufgenommen und die übertragenen nonverbalen Botschaften werden erkannt. Während ein großer Teil unserer nonverbalen Kommunikation ein universell verständli-

ches sprachliches System repräsentiert (“part of a universally recognized and understood code” (Burgoon, Buller, & Woodall, 1996, S. 5), bleibt das übrige nonverbale System spezifisch, kulturgesteuert und kulturnormiert. Wie oben bereits eingeführt, unterscheiden sich Kulturen in den spezifischen Wertesysteme und Normen voneinander. Das wiederum schlägt sich in Kommunikationsaspekten, Wahrnehmung und Interpretation nieder:

„Collectively, the evidence provides more than ample support for the notion that culture plays a large role in molding all of our nonverbal behaviors, which comprise an important part of the communication process.”
Matsumoto (2006, S. 224)

Wie bereits erwähnt, werden nicht nur die mimischen Aspekte des nonverbalen Verhaltens (Ekman, 1972; Ekman et al., 1987), sondern auch die gestische Aktivität als Träger sozio-emotionaler und regulativer Funktionen gesehen. Diese unterscheidet sich wiederum interkulturell (Kowner & Weisemann, 2003; Kudoh & Matsumoto, 1985; Matsumoto & Kudoh, 1987). Efron hat als ein Pionier dieser Forschungstradition seine Arbeit danach ausgerichtet, kulturelle Differenzen in der Produktion und Interpretation nonverbaler Cues unter italienischen und jüdischen Immigranten in den USA zu beobachten (Boas & Efron, 1936; Efron, 1941). Weitere kulturvergleichende Forschung nonverbaler Kommunikation hat Hinweise für kulturelle Differenzen nicht nur auf der Ebene gestischer Aktivität (Ekman, 1976; Friesen, Ekman, & Wallbott, 1979), sondern auch der Körperhaltung (Kudoh & Matsumoto, 1985; Matsumoto & Kudoh, 1987), der interpersonellen Distanz (Andersen 1999; Hall, 1976) und des Augenkontaktes (Hall & Hall, 1990; Kitao & Kitao, 1989) geliefert. Andersen (1999) hat z.B. in Anlehnung an Hall gezeigt, dass Araber in einer Kommunikationssituation proxemisch, d.h. räumlich, enger zu einander stehen als Amerikaner. Während sich diese spatio-temporalen Verhaltensmuster isoliert beobachten lassen, sind andere nonverbale Cues schwer vom Verhaltensfluss zu trennen. Solche Cues werden durch subtile nonverbale Signale repräsentiert, die keine bewusste Aufmerksamkeitszuweisung fordern und nicht explizit registriert werden können. Neuere Forschung auf dem Gebiet hat gezeigt, dass Bewegungsqualitäten wie Geschwindigkeit, Beschleunigung und dimensionale Bewegungskomple-

xität eine bedeutsame Rolle für die Übertragung relevanter sozio-emotionaler Informationen spielen können. Obwohl diese Cues schwer identifizierbar sind, konnte empirisch gezeigt werden, dass sie im Vergleich zu den oben beschriebenen semantischen Hinweisen einen sogar stärkeren Einfluss auf die Extraktion relevanter Personenwahrnehmungsinformation ausüben können (Grammer, Honda, Juette, & Schmitt, 1999; Krumbhuber & Kappas, 2005). Zusammenfassend stellen sowohl die semantischen, isolierbaren Positionen und Gesten als auch die nicht semantischen, dynamischen Bewegungsqualitäten und Bewegungskomplexitäten die Hinweisreize dar, die gleichzeitig betrachtet werden sollen, um ein vollständiges Bild über die Kommunikation und die subtilen Variationen der Wahrnehmung erfassen zu können.

Die oben dargestellte Differenzierungsproblematik erschwert sowohl die deskriptive Analyse des nonverbalen Verhaltens als auch die Wahrnehmung auf Seiten des Rezipienten. Insbesondere, wenn letztere in einem fremden Kulturkontext stattfindet. Darüber hinaus sind die Bewertung einer anderen Person und die Interpretation ihres Verhaltens oft von Vorinformationen, stereotypen Einstellungen oder sogar Vorurteilen abhängig. Wenn das nonverbale Verhalten in einem kulturellen Kontext durch Einsatz von Bild- oder Videopräsentationen untersucht wird, können die Eindrücke nicht von äußerlich vermittelten stereotypen Hinweisen wie Kleidung, Rasse, Nationalität und Kontext getrennt werden. Dies stellt eine zentrale Konfundierung in der Analyse der Personenwahrnehmung dar. Eine Trennung der Einflüsse von einerseits kategoriegeleiteten top-down- und andererseits verhaltensgesteuerten bottom-up-Prozessen in der Eindrucksbildung und Personenbewertungen wird dadurch verhindert. Bente et al. (2008) haben eine Lösung dieser Problematik vorgestellt, in dem die Autoren eine Plattform zur kulturfreien Analyse nonverbalen Verhaltens mittels Avataren eingeführt haben. Dieser Ansatz verbindet theoretische und methodische Erkenntnisse bei der Untersuchung von nonverbalem Verhalten und Medien. Er wird innovativ in der kulturvergleichenden Forschung eingesetzt. Als methodische Grundlage der vorliegenden Arbeit, wird er im Methodenteil erläutert.

2.4 Methodischen Herausforderungen

2.4.1 Ermittlung von Kulturunterschieden

Die Globalisierung unserer Welt stellt die Wissenschaft vor das Problem, Kulturen messbar zu machen und voneinander zu differenzieren. Die methodische Herausforderung der Humanwissenschaften ist diesbezüglich mit der Messung von Konstrukten in unterschiedlichen Kontexten und somit mit der Frage nach der Vergleichbarkeit der Ergebnisse verbunden (Wirth & Kolb, 2004). Die Ermittlung von Gleichheit bzw. Ungleichheit bezüglich eines bestimmten Konstruktes setzt äquivalente Messbedingungen, Messinstrumente und ein analoges Messverständnis voraus. Die gesamte Funktionalität des Forschungsgegenstandes innerhalb der unterschiedlichen kulturellen oder systemischen Kontexte soll äquivalent sein. Auf Item-Niveau gilt zum Beispiel eine Äquivalenz als gegeben, wenn die gleichen Items, Item-Paare, Dimensionen oder Subdimensionen in den Kulturen durch die gleichen theoretischen Konstrukte erklärt werden können, die wiederum in den jeweiligen Kulturen die gleiche Bedeutung haben müssen (Konstrukt-äquivalenz). Zwei zentrale Strategien der Operationalisierung von Konstrukten sind in der kulturvergleichenden Forschung von besonderer Bedeutung – die Emic- und die Etic-Perspektive (Wirth & Kolb, 2004).

Wenn eine Äquivalenz der Konstrukte in unterschiedlichen kulturellen Kontexten nicht gegeben ist, wird die Emic-Herangehensweise angewendet. Dabei werden innerhalb jeder Kultur die relevanten Konstrukte erhoben. Die Operationalisierung wird auf nationaler Basis entwickelt. Ein und dasselbe Konstrukt, wie z.B. die typischen Rituale beim Medienkonsum (Nachrichten sehen etc.), wird mit entsprechend angepassten Instrumenten kulturintern erhoben (vgl. Wirth & Kolb, 2004). Die so gewonnene Datenbasis bleibt zwar kulturspezifisch, bietet aber dennoch eine Grundlage für vergleichende Prozesse, weil die funktionale Äquivalenz des Konstruktes intern beibehalten werden kann. Jedoch kann die Integration nationaler Ergebnisse, die durch unterschiedliche Methoden erhoben wurden, auf einem internationalen Niveau sehr schwierig sein. Im Vordergrund dieser Problematik stehen die externe Validierung und die Standardisierung der kulturintern gewonnenen Daten. Der Emic-Ansatz wurde verstärkt in der Kulturgrundlagenforschung verwendet, um fundamentale Differenzen bezüglich unterschiedlicher Fragestellungen zu beleuchten (Greenfield, 1996; Hui & Triandis, 1985).

Die Etic-Herangehensweise wird dann eingesetzt, wenn interkulturell bezüglich der Forschungsfrage eine Konstrukt-Äquivalenz vorausgesetzt werden kann. Hier gilt die Validität der Untersuchung dadurch als gegeben, dass dieselben Instrumente zur Operationalisierung von äquivalenten Konstrukten verwendet werden. Der Vorteil dieser Operationalisierung liegt in der hohen Vergleichbarkeit der Ergebnisse (Hui & Triandis, 1985; Hofstede, 1980). Die Schwierigkeit liegt in der adäquaten linguistischen Adaptation gleicher Instrumente (Wirth & Kolb, 2004). In der vorliegenden Arbeit wird ein Forschungsansatz aus einer Etic-Perspektive gewählt.

2.4.2 Massenmediale Übertragung von Machtsignalen aus der interkulturellen Perspektive

Wie bereits eingeführt, prägen die unterschiedlichen kulturellen Kontexte entsprechende soziale Werte, die sich wiederum auf die Selbsterhaltung und -regulation der Kultur auswirken. Die Rolle der Medien in diesem Prozess als eine mit der politischen Macht korrespondierende Instanz (Kepplinger 2002; McLeod, Kosicki & McLeod, 2002; Schulz, 2008) ist unumstritten zentral. Berger (1992) hat diesbezüglich angenommen, dass die medial inszenierte „popular culture“ einen Aufschluss über die gesamte Gesellschaft und deren Struktur liefern kann (S. 13). Darüber hinaus weist Berger darauf hin, dass gerade die Medien als ein Schnittstellenorgan die Status- und Machtsymbole in einer Kultur durch gezielte Aufmerksamkeitslenkung salient machen und prägen:

„The mass media and popular culture help reinforce certain dominant values by focusing attention on them and by neglecting other values. Every country is involved, I would argue, in a dialogue with itself, as groups with different perspectives, ideologies, belief systems, and so forth content for power and control of things.” (S. 19)

Die politische und kulturelle Selbstreflexion einer Gesellschaft in und durch die Medien haben auch andere Autoren thematisiert. Madden (1992) konnte in einer Untersuchung

mit Eskimos zeigen, dass Videonachrichten die kulturelle Selbstidentifikation des Einzelnen mit seiner Kultur verstärken konnten. Diese Erkenntnis wurde der politischen und kulturellen Reflexion durch die Medien zugeschrieben. Eine der fundamentalen Kulturunterscheidungen nach high- und low-context Kulturen konnte von Gozzi (1992) auch in einem medialen Kontext bestätigt werden: „yet the different cultural context can crucially influence the effects media may produce“ (S. 55). Der Autor hat ein theoretisches Modell über die unterschiedlichen massenmedialen Effekte im Kulturvergleich postuliert. Dabei nimmt er an, dass die Massenmedien in high-context Kulturen eine Tendenz zum Subtrahieren von Kontext zeigen, während diese in low-context Kulturen eher Kontext addieren. Somit führen die Massenmedien im high-context / low-context Kontinuum zur Veränderung der Kulturreichhaltigkeit in entgegengesetzter Richtung. Die Subtraktion von Kontext in high-context Kulturen wird dadurch eingeleitet, dass die Aufmerksamkeitszufuhr nicht mehr dem einzelnen Gesellschafts- oder Gruppenmitglied gilt, sondern dem Massenmedium. Dies führt weiterhin zum Verlust von „community interaction“ (S. 60) und zu einer daraus folgenden Lockerung der Beziehung zwischen Individuum und seiner sozialen Gruppe. Diese Lockerung ähnelt einer low-context Gesellschaftsstruktur. Darüber hinaus werden in den Medien viele implizite Symbole explizit dargeboten, ohne die Reichhaltigkeit des Kulturkontextes zu beachten, was laut Gozzi (1992) zu deren Reduzierung führt. Im Gegensatz zur Kontextreduzierung in high-context Kulturen nimmt der Autor an, dass die mediale Exposition in low-context Kulturen zu einer Kontextanreicherung führt. Aus dieser Perspektive gesehen bieten die Medien einen Raum für geteilte Erfahrung („shared experience“), der in low-context Gesellschaften als Austausch in einer sozialen Gruppe eher nicht gegeben ist. Somit werden die persönlichen Bilder der sozialen Realität vervollständigt und der gesellschaftlich-kulturelle Kontext erweitert. Theorien, wie der Kultivierungs-Ansatz oder auch das Agenda-Setting, wurden als Bekräftigung dieser Annahme hinzugezogen. Zusammenfassend kann hier festgehalten werden, dass ein Medium sowohl Kultur abbildet als auch Kultur verändert, anpasst und strukturiert. Inwiefern so eine kulturspezifische Darstellung in fremden Kulturen zur Missinterpretationen führen kann, haben Straubhaar, Greenberg, Ferreira, Wicks and Lau (1992) gezeigt. Die Autoren haben empirisch untersucht, ob und inwiefern Nachrichtenbilder kulturintern so aufbereitet werden, dass diese von anderen Kulturen missinterpretiert oder sogar vollkommen falsch verstanden werden können. Als Untersuchungsbasis wurden Nachrichten aus acht Ländern miteinbezogen, wobei zwischen Ost (UdSSR) und West (USA) wie auch Ländern der dritten

Welt (Kolumbien) unterschieden wurde. Die Autoren konnten trotz der unterschiedlichen politischen Lage in diesen Kulturen zeigen, dass die Nachrichten vergleichbar aufgebaut waren und prinzipiell ähnlich prominenten Themen wie „politics, economics, military, and social issues“ behandelt haben (S.106). Anteilig wurde diesen Themen in den einzelnen Ländern unterschiedliche Bedeutung beigemessen und variierten deshalb in der prozentual zugeteilten Sendezeit. Die zentralen Unterschiede zwischen östlicher und westlicher Kultur lagen in der Formulierung und inhaltlichen Auslegung. Allerdings beruhen die Ergebnisse auf einem interkulturellen Produktionsvergleich von Nachrichten, der den Rezeptionsvergleich nicht mit einbezieht. Insofern kann eine Missinterpretation ausschließlich aus den Produktionsunterschieden abgeleitet und muss deshalb als potentiell behandelt werden.

Zusammengefasst wurden Hinweise dafür geliefert, dass Medieninhalte eine geeignete Quelle kulturspezifischer Information sowohl für die Identifizierung und Untersuchung von Macht als auch für die Untersuchung von Kulturdifferenzen darstellen.

2.4.3 Messung des nonverbalen Verhaltens aus der interkulturellen Perspektive

Die besondere Wichtigkeit des Sendens und Empfangens von nonverbalem Verhalten betonen Burgoon und Hoobler (2002):

“The importance of nonverbal signals to interpersonal communication can also be seen in the centrality of nonverbal encoding (sending) and decoding (receiving) skills to successful individual and interpersonal functioning ...“ (S. 241)

Bei der Messung nonverbalen Verhaltens existieren zwei Wege der Beobachtung. Der eine fokussiert auf die Produktionsseite, d.h. auf die Ermittlung von Ähnlichkeiten bzw. Differenzen in dem ausgeführten Verhalten. Der andere Analyseweg konzentriert sich auf die Rezeptionsseite, d.h. auf Ähnlichkeiten und Differenzen darin, wie nonverbale

Cues interpretiert werden. Eine solche Analyse aus einer interkulturellen Perspektive stellt zusätzliche Schwierigkeiten dar. Zum Beispiel können identische nonverbale Cues in diversen Kulturen unterschiedliche Eindrücke hinterlassen. Genauso können aber umgekehrt ähnliche Eindrücke durch verschiedene nonverbale Cues hervorgerufen werden. Vor diesem Hintergrund und der Tatsache, dass Produktion und Rezeption vom Interaktionspartner nicht bewusst erkannt und getrennt betrachtet werden können, werden nonverbale Signale in der interkulturellen Kommunikation leicht missverstanden (Bente et al. 2008). Somit wächst die Herausforderung einen passenden Ansatz zu finden, der es ermöglicht, diese beiden Ebenen systematisch voneinander getrennt zu betrachten und die Differenzen methodisch aufzudecken. Die Realisierung setzt voraus, dass die Eindrucksdaten frei von kulturellen Einflüssen und insbesondere von Stereotypen erhoben werden können und wiederum auf das Verhalten selbst zurückführbar sein sollten.

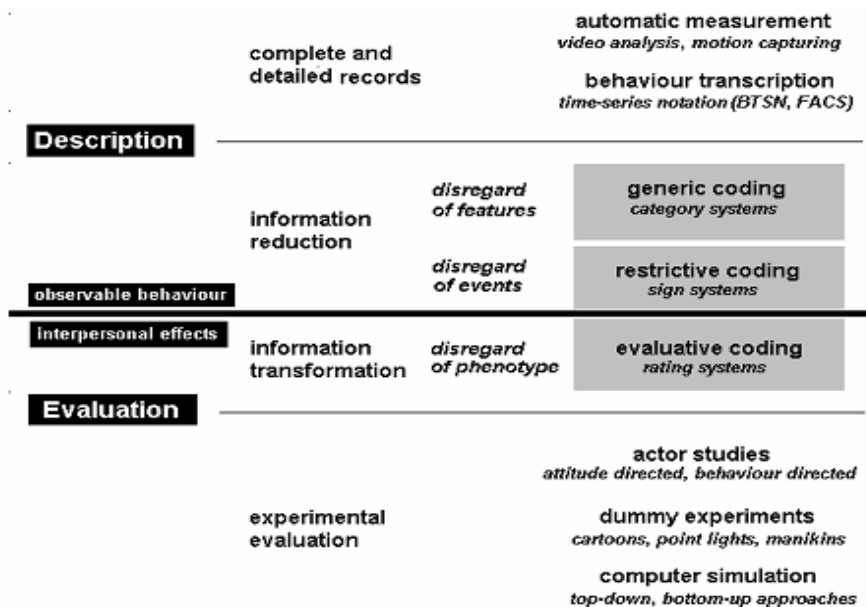


Abbildung 4: Begriffliche und erhebungsmethodische Differenzierungsgesichtspunkte in der non-verbalen Interaktionsforschung (Bente 2002, S. 135)

In einer kritischen Methodenübersicht haben Frey and Pool (1976) bereits thematisiert, dass in der herkömmlichen Erforschung des nonverbalen Verhaltens diese Trennung unberücksichtigt blieb (vgl. Bente, 2002). Abbildung 4 stellt die Kernaspekte dieser Kritik dar und hebt spezifische Lösungswege der Analyse hervor. Diese sind in den

letzten Jahrzehnten durch die rasante Entwicklung der Computertechnologie realisierbar geworden.

Zunächst wird in diesem Modell auf die grundlegenden Unterschiede zwischen Messung und Kodierung hingewiesen. Hier wird die Transkription (Description) als ein Messverfahren definiert, das den menschlichen Beobachter für die Datenreduktion als Messinstrument vorsieht und einsetzt. Als Messung ist die Transkription physikalisch, deskriptiv und gründlich. Andererseits ist sie unmittelbar mit einem Beurteilerbias verbunden, was durch eine Systematisierung und Strukturierung in Form eines Beobachtertrainings teilweise gelöst werden kann. Frey and Pool (1976) grenzen ihren Ansatz von herkömmlichen Darstellungen ab, in denen einzelne Systeme hinsichtlich der jeweils gewählten Notationsvorschrift unterschieden werden und bestimmen das theoriegeleitete Prinzip der Datenreduktion als Ausgangspunkt ihrer Systematik. Anstelle der gängigen Unterscheidung von Zeichensystemen, Categoriesystemen und Ratingsystemen finden sich in ihrer Unterteilung entsprechend „generische Kodierung“, „restriktive Kodierung“ und „evaluative Kodierung“ (vgl. Bente, 2002).

Alle drei Kodierungsprinzipien beziehen Strategien zur Informationsreduktion mit ein, die aus impliziten Annahmen oder expliziten Hypothesen hergeleitet sind. Die generische Kodierung beschreibt das nonverbale Verhalten auf explorativem Wege durch den Einsatz von groben Kategorien (z.B. Körperpositionen) ohne dabei Verhaltensdynamiken zu berücksichtigen. Die restriktive Kodierung beschränkt sich auf die akkurate Identifikation von sinnvoll interpretierbaren Verhaltenseinheiten – wie z.B. eine emblematische Hand- oder Kopfbewegung – und wird eingesetzt, um spezifischen Hypothesen zu testen. Sowohl die generische als auch die restriktive Kodierung gehen von der subjektiven Einschätzung durch menschliche Beobachter aus. Deshalb, wie bereits erwähnt, bleiben viele subtile Bewegungsqualitäten aufgrund der unbewussten Wahrnehmung für das bloße menschliche Beobachterauge verborgen. Die Schwachstellen dieser Kodierstrategien können durch die Verwendung von physikalistischen Kodiersystemen, wie z.B. das “Berner System zur Zeitreihen-Notation nonverbalen Verhaltens” (BTSN, Frey, Hirsbrunner, Florin, Daw, & Crawford, 1983; Frey, Hirsbrunner, Pool, & Daw, 1981; Frey & Pool, 1976) oder auch das “Facial Action Coding System” (FACS, Ekman & Friesen, 1978), minimiert werden. Obwohl auch hier menschliche Beobachter/ Kodierer für die Analyse eingesetzt werden, können die Reliabilität und Objektivität durch die Zuordnung zu detaillierten und streng standardisierten Datenprotokollen des Bewegungsverhaltens gewährleistet werden. Darüber hinaus können die Gütekriterien dieses

Verfahrens durch den Einsatz von computergestützten Plattformen und die Standardisierung der Verhaltensbeschreibung (z.B. durch die Verwendung von virtuellen Figuren [vgl. Bente et al., 2008]) erhöht werden. Während die beiden ersten Kodierungsstrategien der deskriptiven Messung nonverbalen Verhaltens zugeordnet werden können, gehört die dritte Kodierungsstrategie zu der evaluativen Messung nonverbalen Verhaltens. Das Bild der Verhaltensbeschreibung wird durch die Erhebung der Eindrucksbildung, die das nonverbale Verhalten hervorruft, vervollständigt. Die evaluative Kodierung überspringt somit die Deskription des nonverbalen Verhaltens und fokussiert auf die Zuordnung von Attributen zum präsentierten Verhalten (z.B. aggressiv, freundlich etc.) bzw. auf die Bewertung des Verhaltens. Die Trennung von Deskription und Evaluation wird jedoch von Bente (2002, Bente et al. 2008) als fundamental und absolut notwendig betrachtet, um Verhaltensmuster besonders in einem interkulturellen Kontext aufdecken und analysieren zu können. Eine Analyse auf kombiniert deskriptiver und evaluativer Ebene erhöht die Objektivität, Reliabilität und Validität der gewonnenen Verhaltensdaten. Bezüglich der methodischen Umsetzung bieten Plattformen wie das „Berner System zur Zeitreihen-Notation nonverbalen Verhaltens“ zwar hohe Objektivität und Reliabilität, stellen sich aber als unökonomisch und zeitaufwendig dar. Neuere Ansätze verwenden computergestützte Animationssoftware, um den Kodierprozess durch eine Vereinfachung der Verhaltensbeschreibung und eine Fehlerreduktion zu optimieren. Einige davon ermöglichen durch die Echtzeit-Bewegungserfassung „motion capture“ eine gleichzeitige Bewegungsprotokollerstellung und eine direkte Verhaltensmessung (Bente & Krämer, 2004). Diese sind jedoch nicht für jede Analyse des nonverbalen Verhaltens geeignet. Es ist eine sensorische Einkalibrierungen der Versuchspersonen erforderlich z.B. durch Headsets und Cybergloves. Dadurch können einige Störvariablen oder Abweichungen in der tatsächlichen Versuchssituation mit einfließen (Bente, Krämer, Petersen & de Ruiter, 2001; Petersen, Bente & Krämer, 2002). Aus der nachträglichen Animation eines z.B. auf Video aufgenommenen Bewegungsverhaltens können ebenfalls mathematische Bewegungsprotokolle extrahiert werden. Die gesamte Information, sowohl über die Verhaltenspositionen als auch über Bewegungsdifferenzen und -komplexitäten sowie über rotationale und translationale Winkelangaben, wird auf diese Weise verfügbar gemacht. Die nonverbalen Bewegungen werden Bild für Bild auf virtuelle Figuren – so genannte Avatare – übertragen. Dies ermöglicht nicht nur eine hohe Präzision, sondern auch die Maskierung der äußeren Erscheinung. Untersuchungen zeigen, dass die Avatare weiterhin durch das nonverbale Verhalten der Person, die

sie repräsentieren, die sozio-emotionale Funktion erfüllen können (Bente, Petersen, Krämer, 2002; Krämer, 2001). In der Erforschung nonverbaler Kulturunterschiede und insbesondere für das erfolgreiche Trennen von Deskription und Evaluation ist diese Option von einer entscheidender Bedeutung. Von einer Plattform dieser Art, die zuerst von Bente et al. (2008) vorgestellt wurde, wird in der vorliegenden Arbeit Gebrauch gemacht.

3 Empirie

Kapitel 2 beschrieb die theoretischen Grundlagen, die zu den folgenden empirischen Ableitungen und Operationalisierungen führten. Insgesamt weist die vorliegende Arbeit einen differenzierten Fokus auf zwei unterschiedliche Ebenen der Nachrichtenanalyse im Kulturvergleich auf. Auf der ersten Ebene wird eine Antwort auf makroanalytische Fragen gesucht, in dem der Fokus auf formale und implizite Strukturelemente der Nachrichten gerichtet wird, insbesondere auf die formale Inszenierung von politischen Machträgern. Auf der zweiten Ebene werden die politischen Akteure isoliert betrachtet und spezifische mediale Inszenierungstechniken zwischen den Kulturen verglichen. Zusätzlich werden theoriegeleitet grundlegende Kulturdimensionen in die Fragestellung miteinbezogen und die Personwahrnehmung in Abhängigkeit von stereotypen Informationen untersucht.

Im folgenden Abschnitt wird die erste Analyseebene betrachtet. Zuerst werden die abgeleiteten Fragestellungen und Hypothesen unter Kapitel 3.1.1 dargestellt und anschließend die methodischen Operationalisierung und Auswertung erläutert. Diese werden in zwei weiteren Studien unterteilt: 1.) eine Pilotstudie (Kapitel 3.1.2) und 2.) eine Hauptstudie (Kapitel 3.1.3). Abschließend werden die Ergebnisse der makroanalytischen Ebene in einer zusammenfassenden Diskussion in Kapitel 3.1.4 erläutert.

3.1 Studie I: Makroanalyse medialer Inszenierung von Macht im Kulturvergleich

3.1.1 Forschungsfragen und Hypothesen

Um grundlegende Unterschiede zwischen den Kulturen im Ausgangsmaterial dieser Arbeit aufzudecken, war als erstes von Interesse, wie die medialen Hauptzeit-Nachrichten in der jeweiligen Kultur strukturiert sind. Insbesondere sollte hier nicht nur die thematische Zusammenstellung der Nachrichten als Repräsentation des gesellschaftlichen Geschehens in dem jeweiligen Nationalkontext, sondern auch der Personalisierung der medial inszenierten Inhalte nachgegangen werden. Die in Kapitel 2.1.1 eingeführten Theorien zur Nachrichtenproduktion haben einen Hinweis dafür geliefert, dass die Medieninhalte durch die unterschiedliche Mediensozialisation und Gesellschaftsstruktur beeinflusst werden. Dies geschieht durch die Auswirkung von Produktionsbesonderheiten, die in Ansätzen wie dem Gatekeeper-Ansatz oder dem Agenda-Setting-Ansatz abgebildet werden. Wie eine Nachricht präsentiert wird, kann demnach als ein Gesellschafts- oder auch Kulturphänomen betrachtet werden. In Folge dessen wird hier erwartet, dass sich die unterschiedlichen Kulturen in der Nachrichtenaufbereitung unterscheiden. Wie genau sich diese wiederum von einander unterscheiden, wird aus den in Kapitel 2.2 vorgestellten kulturvergleichenden Theorien abgeleitet. Aus der Kulturforschung werden Argumente entnommen, die Unterschiede zwischen den zu untersuchenden Kulturen hervorheben: z.B. kontrastieren individualistische (USA, Deutschland) und kollektivistische (arabische Welt) Wertevorstellungen voneinander, woraus sich Hypothesen über unterschiedliche Prioritäten im Fokus und der Zusammenstellung von medialer Präsentation ableiten lassen. Diese Unterschiede werden von den Gesellschaftsansprüchen geleitet, Mitgliederbedürfnisse der Individuen oder der sozialen Gruppen passend ansprechen zu können. Konkret wird z.B. ein Fokus auf das Selbst in individualistischen Kulturen (Selbstfokus) vs. einem Fokus auf andere (Fremdfokus) in kollektivistischen Kulturen erwartet. Weiterhin werden aus der News Bias-Forschung Indizien dafür entnommen, dass politische Faktoren für die spezifische lokale Nachrichtenauswahl ebenfalls eine Rolle spielen. Diese theoretischen Grundlagen und Überlegungen führen zu den beiden folgenden Forschungsfragen und zwei zugehörigen spezifischen Hypothesen:

Forschungsfrage 1:

Wie unterscheiden sich die amerikanischen, deutschen und arabischen Nachrichten in formalen Strukturcharakteristiken und Aufbau?

Hypothese 1:

Die amerikanische Kultur wird am meisten selbstzentrierte (innenpolitische und außenpolitische) und am wenigsten internationale (fremdzentrierte) Nachrichten berichten. Im Vergleich dazu werden die arabischen Nachrichten weniger innenpolitische und außenpolitische selbstzentrierte sowie mehr internationale Nachrichten senden. Bei den deutschen Nachrichten wird eine tendenzielle Übereinstimmung mit der amerikanischen Nachrichtenstruktur erwartet.

Aus der Nachrichtenwerttheorie wurde zusammengefasst, dass neben den Faktoren wie Emotionalisierung, Konflikt, Ungewöhnlichkeit und Spannung der Faktor Personalisierung für die Nachrichtenstruktur eine besondere Rolle spielt. Hierauf haben spätere Untersuchungen hinsichtlich differenzierterer Unterschiede in TV-Nachrichten verschiedener Länder hingedeutet. Diese Unterschiede wurden jedoch nicht in einem kulturellen Zusammenhang erklärt und diskutiert. Aus der kulturvergleichenden Forschung wird die Annahme entnommen, dass die individualistischen Kulturen das Individuum und die kollektivistischen Kulturen die soziale Gruppe in das Zentrum der Gesellschaft stellen. Demzufolge sollte sich dieser Unterschied auch in der medialen Inszenierung von einzelnen Individuen vs. Gruppen niederschlagen.

Hypothese 2:

In den amerikanischen und deutschen Nachrichten werden mehr Einzelpersonen im Vordergrund des Geschehens inszeniert, während in den arabischen Nachrichten mehr Gruppen fokussiert werden.

Eine weitere in Kapitel 2.2 vorgestellte Dimension zur Differenzierung zwischen Kulturen ist Power Distance, woraus sich Annahmen über die Machtverhältnisse der drei Kulturen ableiten lassen. Konkret wird erwartet, dass sich unterschiedliche Machtdistanz in

der Zusammenstellung und der sozialen Funktion der Personen, die einen lokalen Politiker umgeben, widerspiegelt. Darüber hinaus wird erwartet, dass sich auch die proxemische Distanz zwischen den präsentierten Personen interkulturell unterscheidet. Basierend auf der Kulturdimension Individualismus/ Kollektivismus werden auch in der paraproxemischen Distanz (Kameraperspektive) Unterschiede erwartet. Diesen Aspekten wird in der folgenden explorativen Forschungsfrage nachgegangen:

Forschungsfrage 2:

Werden die als Machttträger gesehenen lokalen Politiker kulturspezifisch inszeniert, d.h. in der Umgebung unterschiedlicher sozialer Rollenträger präsentiert und werden sie in einer unterschiedlichen proxemischen Distanz zueinander und zum Zuschauer präsentiert?

3.1.2 Pilotstudie

Die Pilotstudie wurde konzipiert und durchgeführt, um auf möglichst ökonomischem Weg zwei zentrale Strukturcharakteristika der Nachrichtengestaltung zu untersuchen: die Anzahl der Personen im Bild und die Kameraeinstellung. Diese Charakteristika können laut Hofstedes Modell der Kulturunterschiede (Hofstede, 1980, 2003) aus dem Fokus auf Individuen vs. Gruppen als Indikatoren für Individualismus bzw. Kollektivismus abgeleitet und annähernd interpretiert werden. Dadurch sollte mehr Aufschluss über den Fokus der Nachrichten erreicht werden.

Im folgenden Abschnitt wird der empirische Ansatz zur Exploration der medialen Inszenierung in den drei Kulturen hinsichtlich der beiden Kategorien beschrieben. Im Folgenden werden die Methode und die Ergebnisse der Pilotstudie dargestellt.

3.1.2.1 Methode

Stichprobe

Das Videomaterial bestand aus Hauptsendezeitnachrichten der jeweiligen lokalen Fernsehsender. Für jedes Land/ Region wurden die populärsten Sender ausgewählt (USA: CNN und CNBC; Deutschland: ARD und RTL; Arabische Welt: Al Jazeera und Al Arabiya). Aufgenommen wurden vergleichbare Formate der Hauptsendezeitnachrichten der jeweiligen Sender: "World News" auf CNN, "NBC Nightly News" auf CNBC, "Tagesschau" auf ARD, "RTL-Aktuell" auf RTL, "News" auf Al Jazeera (22:00h MEZ) und "Al Achbar" auf Al Arabiya. Die Nachrichten wurden in der zweiten Hälfte vom Mai 2005 aufgenommen. Aus den Nachrichten jedes Senders wurden 60 Minuten Rohdaten analysiert (also 120 Minuten Rohdaten pro Region). Im Folgenden wird das Instrument zur inhaltsanalytischen Datenerhebung von kategorialen Daten dargestellt.

Kodierplattform

Zur inhaltsanalytischen Datenerhebung von massenmedialen Daten wurde die Kodierplattform INVAS – Interaktives Videoanalysesystem für Zeitreihenanalyse von media-

len Daten – angewandt (vgl. Bente, D’Alessandro, Fürtjes & Krämer, 1997). Im Rahmen einer Diskussion der inhaltsanalytischen Datenerhebung und Datenauswertung stellen Bente und Krämer (2004) die Notwendigkeit der Verwendung eines standardisierten Instrumentes fest, das die Komplexität einer inhaltsanalytischen Aufgabe auf möglichst valide Art und Weise aufschlüsseln kann. Zum Beispiel wurde für die Analyse medialer Daten, die sowohl auditive als auch visuelle Information beinhalten, eine zeitreihenbasierte Messung vorgeschlagen, welche für jeden Kontext anwendbar ist.

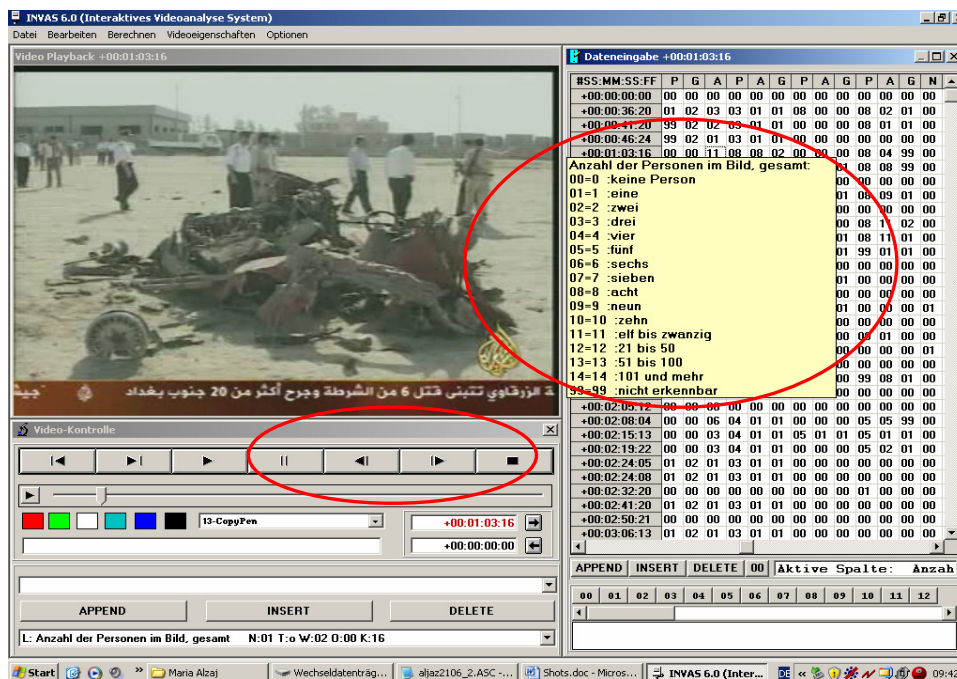


Abbildung 5: INVAS. *Auswahl links*: Die Operationstasten stellen die Möglichkeit für genaues Kodieren Bild für Bild dar. *Auswahl rechts*: Funktion, welche die relevanten Ausprägungen einer ausgewählten Kategorie zeigt.

Anhand von kategorialen Skripten ermöglicht diese Messung die Analyse von jedem Ereignis, das in bestimmten Momenten der gesamten Zeitspanne zu beobachten ist. Die Kodiersoftware INVAS ermöglichte eine Frame¹¹-für-Frame-Analyse von Videodaten. Die Variabilität dieser Software erlaubt die Datenerhebung bezüglich jeder möglichen Kategorie und ermöglicht somit die empirische Überprüfung einer breiten Palette an

¹¹ Der Begriff *Frame* wird in dieser Arbeit im Sinne von Einzelbild verwendet

Forschungsfragen. Digitales Videomaterial (z.B. in AVI-, MPG- oder WMV-Format) kann in das Programm hochgeladen werden und erscheint im Videofenster auf der linken Seite (s. Abbildung 5). Das Video kann Frame für Frame evaluiert werden, indem für jede Kategorie je ein Eintrag pro Frame gemacht wird. Die Kategorien werden per Mausklick kodiert und die entsprechenden Werte werden automatisch in der Tabelle rechts vom Videofenster eingetragen.

Kategorieschema und Vorgehen

Die inhaltsanalytische Datenerhebung wurde auf der Basis eines Kategorieschemas durchgeführt, das in INVAS geladen werden konnte. Die Kategorien wurden so konstruiert, um die möglichen Ausprägungen der zwei zu untersuchenden Variablen zu berücksichtigen. Die folgende Kategorien wurden einbezogen: (1) Anzahl der Personen im Bild (Ausprägung: keine Person, eine Person, eine kleine Gruppe zwischen zwei und zehn Personen, eine große Gruppe ab elf Personen) und (2) Art der verwendeten Kameraeinstellung (Ausprägung: nah, halbnah, halbtotale, totale). Die digitalisierten Rohdaten (konvertierte Nachrichten in Form von Aufnahmen mit fünf Einzelbildern pro Sekunde) wurden von vier trainierten Ratern mit der Hilfe von INVAS Frame für Frame kodiert. Aufgrund des physikalistischen Charakters der Kategorien und der Standardisierung des Kodierens, die durch die Verwendung von INVAS gegeben war, wurde die Objektivität der Daten als gegeben eingeschätzt. Zusätzliche Inter-Rater-Reliabilitäten wurden diesbezüglich nicht berechnet.

Auswahl des zu kodierenden Materials

Die kleinste Einheit der Analyse wurde durch die Anzahl der natürlichen Videoschnitte definiert. Eine neue Einheit fing immer an der Stelle an, wo ein neuer Schnitt in den Nachrichten zu sehen war. Somit ergab sich für die Analyse eine Gesamtzahl von 1262 Untersuchungseinheiten (mit der Gesamtdauer von 11489.2 Sekunden). Für die USA wurden 330 Einheiten repräsentiert (Dauer $M = 10.10$ Sekunden, $SD = 10.64$ Sekunden), für Deutschland ergaben sich 557 Einheiten (Dauer $M = 7.54$ Sekunden, $SD = 8.0$

Sekunden) und die arabische Programme wurden durch 375 Einheiten repräsentiert (Dauer $M = 10.10$ Sekunden, $SD = 10.64$ Sekunden).

3.1.2.2 Ergebnisse der Pilotstudie

Die statistische Auswertung der Daten erfolgte anhand einer Chi-Quadrat-Analyse. Diese prüfte die Differenz zwischen den erwarteten und den beobachteten Häufigkeitswerten (Bortz & Döring, 2002) Wie Abbildung 6 zeigt, unterscheiden sich die drei Kulturen bezüglich der Anzahl an gezeigten Personen pro Einzelbild, $\chi^2(6, N=1262) = 54.90$, $p < .001$.

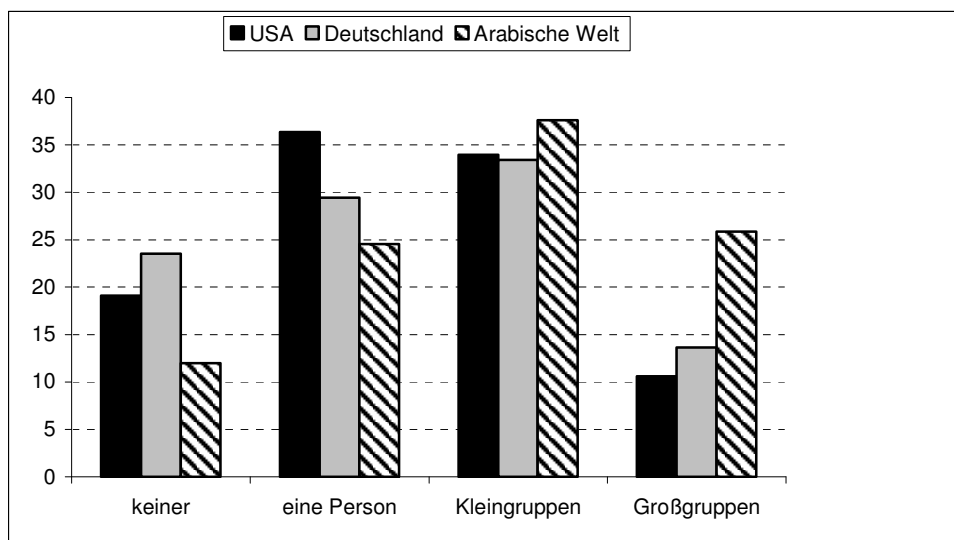


Abbildung 6: Ergebnisse der Chi-Quadrat-Analyse dargestellt im Prozent für die Kategorie „Personen im Bild“

Anhand des Vergleiches von standardisierten Residuen deuten die Ergebnisse darauf hin, dass (a) die amerikanischen Nachrichten häufiger eine einzige Person zeigten als die deutschen Nachrichten und (b) eine Person in Deutschland häufiger präsentiert wurde als in der arabischen Welt. Im Gegensatz dazu wurden (c) Großgruppen häufiger in den arabischen Nachrichten gezeigt als in den deutschen oder den amerikanischen. Alle statistischen Kreuztabellen mit den standardisierten Residuen sind dem Anhang zu entnehmen.

Bezüglich der zweiten Kategorie „Kameraeinstellung“ zeigten sich ebenfalls signifikante Unterschiede $\chi^2(6, N=1262) = 171.79, p < .001$. Wie Abbildung 7 zeigt, wurde die Totale als Kameraeinstellung häufiger in den arabischen Nachrichten verwendet. Die eher kollektivistische Kultur bediente sich häufiger der Totalen im Vergleich zu den eher individualistischen Nachrichten der USA und Deutschlands. Die Verwendung der Totalen kann die subjektive para-proxemische Distanz zwischen dem Zuschauer und dem Akteur vergrößern.

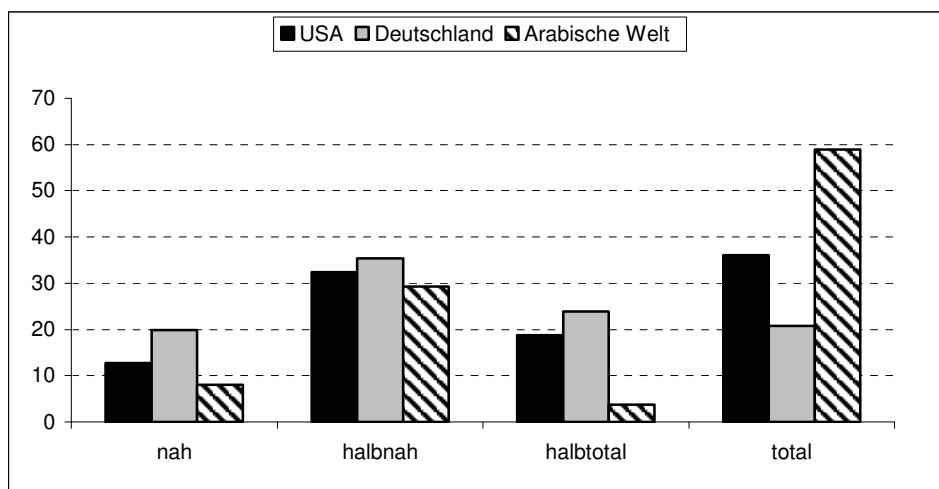


Abbildung 7: Ergebnisdaten der Chi-Quadrat-Analyse für die Kategorie „Kameraeinstellung“ in Prozent

Obwohl sich das verwendete Categorieschema hauptsächlich auf zwei Variablen konzentrierte und die insgesamt analysierten Rohdaten auf einen kleineren Daten-Pool beschränkt waren, hat diese erste Untersuchung Hinweise auf mögliche Unterschiede in der Nachrichtenstruktur der drei Kulturen gegeben. Daraufhin wurde eine zweite Studie konzipiert, die eine aufwändigere und tiefere Analyse der Nachrichtenstruktur erzielt hat.

3.1.3 Hauptstudie

Die in der Pilotstudie entdeckten ersten Differenzen konnten in Bezug auf Hofstede's Dimension Individualismus/ Kollektivismus und Machtdistanz interpretiert werden. Die Hauptstudie wurde als eine detaillierte Erweiterung der Pilotstudie konstruiert. Hauptziel dieser Studie war, die Fragestellungen und Hypothesen bezüglich der makromedialen Struktur zu beantworten bzw. überprüfen. Diesbezüglich wurden in dieser Studie tiefere Einzelheiten der Medienstruktur analysiert. Erhoben wurde nicht nur *wie viele* Personen im Bild präsent waren, sondern auch *wer* (die soziale Funktion des Akteurs) inszeniert war. Zusätzlich wurden Kontextvariablen der Nachrichtenstruktur erhoben, etwa *wo* die Handlung stattfand und was für eine *Situation* wiedergegeben wurde. Darüber hinaus wurde die inhaltliche Zusammenstellung der Themen erhoben, über die in den Nachrichten berichtet wurde. Die verwendete Kameraeinstellung pro Einzelbild wurde ebenso als medientechnische Komponente erhoben.

3.1.3.1 Methode

Stichprobe

Ähnlich wie in früheren Studien (Bente & Frey, 1992; Masters, Frey, & Bente, 1991) wurde die Auswahl der Sender aufgrund der lokalen Popularität getroffen. Dies basierte auf der Anzahl der Zuschauer oder der Einschaltquoten, die bei dem Sender gemessen wurden. Auf diese Art und Weise wurden jeweils zwei Sender pro Land/ Region ausgewählt: für die USA wurden Nachrichten der Sender ABC („ABC World News Tonight“) und NBC („NBC Nightly News“) aufgenommen, für Deutschland wurden Nachrichten der Sender ARD („Tagesschau“), RTL („RTL-Aktuell“) aufgenommen, und für die arabischen Ländern wurden Nachrichten der Sender Al Jazeera („News“) und Al Arabiya („Al Achbar“) aufgenommen. Für die Hauptstudie wurden aufgezeichnete Nachrichten der dritten Juniwoche 2005 verwendet. Die Dauer der Rohdaten betrug insgesamt 12671.56 Sekunden. Die Hauptanalyse der Daten basierte ausschließlich auf politischen Nachrichtensequenzen. Sequenzen, die Moderatoren, Interviews, Wettervorhersagen, Werbung oder andere nicht nachrichtenorientierte Inhalte zeigten, wurden von der Analyse ausgeschlossen.

Kategorieschema und Vorgehen

Diese Studie stellt eine Erweiterung der Pilotstudie dar, die hauptsächlich auf die Personalisierung der politischen Nachrichten im Kulturvergleich zwischen den USA, Deutschland und der arabischen Welt aufgebaut wurde. Anders als bei Rösler (2004) wurden hier die Akteure nicht mit Namen aufgelistet, sondern wurden anhand ihrer sozialen Funktion in der Gesellschaft kategorisiert (z.B. Politiker, Journalist, Soldat etc.).

Tabelle 1: Kategoriesystem, Beschreibung und Ausprägungen

N	Kategorie	Beschreibung	Ausprägung
<i>Thematische Anordnung</i>			
1	Allgemeine inhaltliche Themen	Beschreibt die thematische Zusammenstellung der ausgestrahlten Nachrichten	0: off 1: Innenpolitik 2: Außenpolitik 3: Internationale Politik 4: Kultur 5: Wissenschaft/ Medizin 6: Sport 7: sonstige
<i>Personen</i>			
2	Anzahl der präsentierten Personen	Auszählung aller Personen im Bild eins zu eins Auszählung Summierung der gezeigten Personen in Gruppen	0: keine Person 1: eine 2: zwei 3: drei 4: vier 5: fünf 6: sechs 7: sieben 8: acht 9: neun 10: zehn 11: elf bis zwanzig 12: 21 bis 50 13: 51 bis 100 14: 101 und mehr
<i>I. Personen im thematischen Fokus (erste thematische Priorität)</i>			
3	Anzahl der Personen der ersten thematischen Priorität	Nur Personen im direkten Fokus	identische Ausprägung wie in Kategorie 2
4	Beschreibung der Personen der ersten thematischen Priorität	Beschreibt die soziale Rolle der Person oder der Gruppe von Personen im direkten Fokus	0: keine Person 1: Politiker 2: Prominente 3: Moderator 4: Journalist/ Reporter 5: Private Personen/ Bürger/ Betroffene 6: Demonstranten 7: Soldaten 8: sonstige

II. Personen im unmittelbaren kommunikativen Kontext (zweite thematische Priorität)			
5	Anzahl der Personen der zweiten thematischen Priorität	identisch mit 2	identische Ausprägung wie in Kategorie 2
6	Beschreibung der Personen der zweiten thematischen Priorität	identisch mit 4	identische Ausprägung wie in Kategorie 4
III. Personen im situativen Kontext und sozialen Background (dritte thematische Priorität)			
7	Anzahl der Personen der dritten thematischen Priorität	identisch mit 2	identische Ausprägung wie in Kategorie 2
8	Beschreibung der Personen der dritten thematischen Priorität	identisch mit 4	identische Ausprägung wie in Kategorie 4
Beschreibung der politischen Akteure (wenn Politiker im Bild)			
9	Nationalität der politischen Akteure	beschreibt die Nationalität der politischen Akteure	0: kein Politiker im Bild 1: inländisch 2. ausländisch 3. 1+2 (inländisch und ausländisch)
Medientechnische Instrumente			
10	Kameradistanz	Stellt die Kameraeinstellung und para-proxemische Distanz zum Zuschauer dar. (in Klammern: der sichtbare Teil des Körpers)	0. keine visuelle Präsentation[off] 1. Detail (Gesichtsdetail) [D] 2. groß (Close-up des Kopfes) [CU] 3. nah (Mitte des Körpers aufwärts) [MSH] 4. halbnah (Hüfte an aufwärts)[MLSH] 5. amerikanisch (3/4 Körper) [AMSH] 6. halbtotale (ganzer Körper) [LSH] 7. totale (ganzer Körper+Umgebung) [ELSH] 8. weit (Panorama, keine Person) [W] 9. sonstige [oth.]
Handlungsbeschreibung			
11	Räumliches Setting	Beschreibt, ob die Handlung innerhalb oder außerhalb eines Gebäudes stattfand	1: innen 2: außen
12	Handlungsrahmen	beschreibt die institutionelle Umgebung	0: keine 1. privat 2. öffentlich 3. institutionell 4. sonstiges

Diese Art der Identifikation erlaubte nicht nur die Erfassung politisch und gesellschaftlich populärer Personen, sondern auch deren Bedeutsamkeit. Darüber hinaus wurden in Anlehnung an die Pilotstudie die inszenierten Personen gezählt. Zusätzlich wurden die restlichen Kategorien in Anlehnung an das aus früheren Untersuchungen entnommene Kategorienschema gebildet (vgl. Pöhls, 1989).

Tabelle 1 stellt das vollständige Kategorienschema dar, das in der Hauptuntersuchung verwendet wurde. Inhaltlich wurde hier zwischen politischen und nichtpolitischen Nachrichten unterschieden. Unter den politischen Nachrichten wiederum wurden innen- und außenpolitische sowie internationale Themen unterschieden. Ein Beispiel für eine innenpolitische Nachricht ist, wenn ein amerikanischer Sender von George Bushs USA-Reise berichtete (das Land ist beteiligt). Ein Beispiel für außenpolitische Nachrichten ist ein Bericht über die Visite von Condoleezza Rice im Irak, der auf einem amerikanischen Sender ausgestrahlt wurde (das Land ist beteiligt). Als Beispiel für internationale Nachrichten dient ein Bericht über die EU-Wahlen in Europa, der auf einem amerikanischen Sender ausgestrahlt wurde (das Land ist nicht beteiligt). Die nichtpolitischen Themen umfassen zum Beispiel Kulturnachrichten, Sport, Gesundheitsnachrichten etc. Die weiteren Analysen berücksichtigen nur politische Nachrichten.

Als bedeutsam für die Analyse der einzelnen Szenen wurde nicht nur die Identifizierung der Akteure erkannt, sondern auch der Kontext, in dem diese inszeniert wurden. Um erfolgreich Hauptakteure vom Umfeld und umgebenden Personen trennen zu können sowie auch deren Rolle im thematischen, kommunikativen oder situativen Kontext erkennen zu können, wurde in jedem Bild zwischen drei Analyseebenen differenziert. Diese wurden wie folgt definiert: (1) erste Ebene – erste thematische Priorität. Hier wurden nur die Hauptakteure identifiziert, die im unmittelbaren Fokus des Geschehens stehen; (2) zweite Ebene – zweite thematische Priorität oder kommunikativer Kontext. Hier wurden Personen identifiziert, die den Hauptakteur umgeben und zu diesem in einer kommunikativen Beziehung stehen (z.B. Journalisten, die einen fokussierten Politiker umgeben) und (3) dritte Ebene – dritte thematische Priorität oder situativer und sozialer Kontext. Auf dieser Ebene wurden die Personen identifiziert, die zwar Teil des Hintergrundes darstellen, aber in keiner kommunikativen Beziehung zu den Hauptakteuren stehen (z.B. Personen, die unbeteiligt im Bild die Strasse überquerten, während ein politisches Interview stattfand oder Demonstranten, die während einer öffentlichen Rede im Bild waren). Im Rahmen dieser Aufteilung wurde jedes Einzelbild bezüglich aller drei Ebenen analysiert, wobei innerhalb jeder Ebene sowohl die Anzahl als auch

die soziale Rolle der inszenierten Personen berücksichtigt wurde. Darüber hinaus wurde die Handlungssituation durch Erhebung des räumlichen Settings und des Handlungsrahmens beschrieben. In Anlehnung an die Pilotstudie wurde zudem eine erweiterte Kodierung der Kameraeinstellung vorgenommen.

Kodierprozess

Wie in der Pilotstudie wurde für die Datenerhebung der Hauptstudie ebenfalls das computerbasierte Kodierprogramm INVAS (Bente, D'Alessandro, Fürtjes, & Krämer, 1997) eingesetzt. Vier geschulte und erfahrene Rater, die auch an der Pilotstudie beteiligt waren, sichteten die Rohdaten und kodierten Frame-für-Frame jeweils einen Eintrag pro Kategorie. Aufgrund des physikalistischen Charakters der Kategorien (z.B. Anzahl der Personen in Bild, räumliches Setting etc.) und des Expertenstatus der Rater wurden keine zusätzlichen Inter-Rater-Reliabilitäten berechnet.

Zuerst wurde die thematische Zusammensetzung der Nachrichten kodiert. Auf der Basis dieser Kodierung wurden alle weiteren Evaluierungen vervollständigt. Die Untersuchungseinheiten wurden wie in der Pilotstudie durch die Kameraschnitte in der jeweiligen Nachrichtensequenz definiert. Immer wenn ein Schnitt bemerkbar war, fing eine neue Untersuchungssequenz an. Dadurch ergaben sich insgesamt 662 Einheiten mit einer Gesamtdauer von 4210.88 Sekunden. Für die USA resultierten 300 Untersuchungseinheiten (Dauer $M = 5.34$ Sekunden, $SD = 5.49$ Sekunden), für Deutschland 208 Untersuchungseinheiten (Dauer $M = 6.10$ Sekunden, $SD = 4.87$ Sekunden) und für die arabischen Ländern ergaben sich 154 Untersuchungseinheiten (Dauer $M = 8.70$ Sekunden, $SD = 23.11$ Sekunden).

3.1.3.2 Ergebnisse der Hauptstudie

Wie in der Pilotstudie wurde zur Datenauswertung in der Hauptstudie die Chi-Quadrat-Analyse angewendet.

3.1.3.2.1 Thematische Zusammenstellung der Nachrichten

Zuerst wurde der grundlegenden Frage nachgegangen, ob sich die thematische Zusammenstellung der politischen Nachrichten interkulturell unterscheidet. Diesbezüglich wurde eine erste Analyse durchgeführt, um die Nachrichtenthemen zu kategorisieren und zwischen den drei Kulturen zu vergleichen.

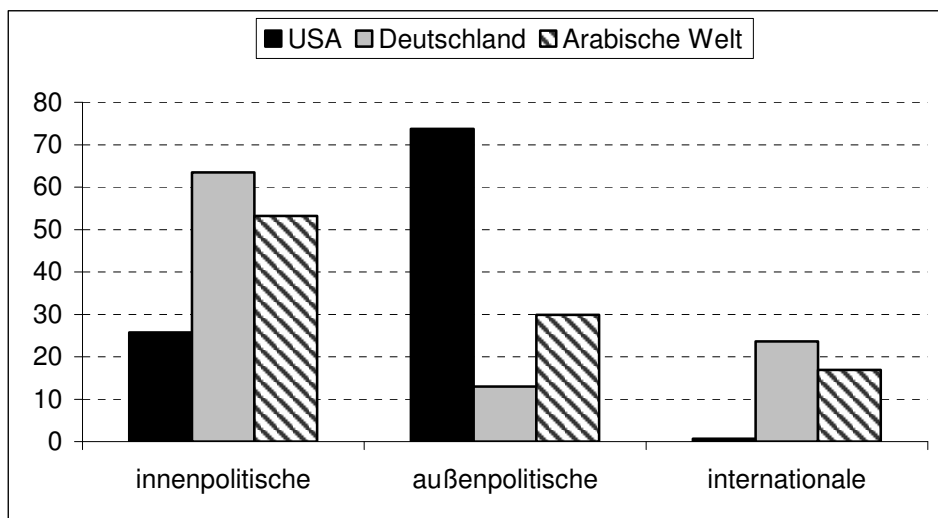


Abbildung 8: Thematische Aufteilung der politischen Hauptsendezeitnachrichten (in Prozent)

Die semantische Analyse wurde mit dem Gesamtmaterial durchgeführt. Im Einzelnen wurden bei der Analyse die nichtpolitischen von den politischen Nachrichten getrennt betrachtet. Die politischen Nachrichten wurden (wie oben beschrieben) als Innen-, Außen- und internationale Politik weiterklassifiziert. Eine Pearson Chi-Quadrat Analyse zeigte signifikante Differenzen in der thematischen Berichterstattung von politischen Nachrichten, $\chi^2(4, N = 662) = 2.15, p < .001$. Wie Abbildung 8 verdeutlicht, waren innerhalb der politischen Nachrichten einige Differenzen in der inhaltlichen Struktur zu

erkennen. Die Menge an ausgestrahlten innen- und außenpolitischen Nachrichten unterschied sich von der Menge an berichteten internationalen Nachrichten. Die innen- und außenpolitischen Berichte wurden als selbstzentrierte Nachrichten kategorisiert, da in diesen Zitaten das eigene Land/ Region involviert war. Die zwei amerikanischen Sender berichteten im Durchschnitt 0.7% internationale politische Nachrichten, während in Deutschland 23.6% im Durchschnitt international berichtet wurde und die arabischen Sender 16.9% internationale Nachrichten ausstrahlten. Eine nähere Betrachtung der standardisierten Residuen zeigte, dass in den USA signifikant mehr als erwartet außenpolitische, aber signifikant weniger innenpolitische und internationale Nachrichten berichtet wurden. In Deutschland wurden signifikant mehr innenpolitische und internationale, jedoch signifikant weniger außenpolitische Nachrichten berichtet. Die arabischen Sender zeigten signifikant mehr außenpolitische Nachrichten und deskriptiv mehr internationale Nachrichten mit einer Tendenz zur Signifikanz (s. Anhang).

3.1.3.2.2 Gesamtanzahl der präsentierten Personen

Die teilweise metrische Kategorie „Personen im Bild“ wurde zuerst für das Gesamtmaterial politischer Nachrichten unabhängig von der Ebenenaufteilung kodiert. Anschließend wurden die pro Einzelbild ausgezählten Personen einer von fünf Unterkategorien zugeordnet: keine Person, eine Person, eine kleine Gruppe (zwischen zwei und zehn Personen), eine große Gruppe (11 bis 50 Personen) und Masse (über 51 Personen). Eine Chi-Quadrat-Analyse konnte signifikante Differenzen zwischen den Kulturen aufdecken, $\chi^2(8, N = 660) = 24.88, p < .001$. Wie aus Tabelle 2 zu entnehmen ist, wurde in den USA signifikant häufiger als erwartet¹² eine einzelne Person ins Bild gesetzt ($p < .05$), während die arabischen Sender signifikant weniger einzelne Personen inszeniert haben ($p < .05$).

¹² „erwartet“ ist im Sinne der Chi-Quadrat-Analyse und nicht in Bezug auf die Hypothese zu verstehen

Tabelle 2: Häufigkeiten der im Bild präsentierten Personen

			Häufigkeit				
			keiner	eine Person	kleine Gruppen (2-10)	große Gruppen (11-50)	Massen (51 und mehr)
Land/ Region	Deutsch- land	Anzahl	35	70	60	41	2
		Erwartet	34.0	75.0	65.9	32.1	.9
		Stand. Residuen	.2	-.6	-.7	1.6	1.1
	USA	Anzahl	50	129	84	34	1
		Erwartet	48.8	107.5	94.4	46.1	1.4
		Stand. Residuen	.2	2.1*	-1.1	-1.8	-.3
	Arabische Welt	Anzahl	23	39	65	27	0
		Expected	25.2	55.5	48.8	23.8	.7
		Stand. Residuen	-.4	-2.2*	2.3*	.7	-.8

Signifikanzniveau: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Bezüglich der Inszenierung von Gruppen wurden auch signifikante Unterschiede in entgegen gesetzter Richtung festgestellt. Während in der arabischen Welt Kleingruppen signifikant häufiger als erwartet gezeigt wurden, haben die amerikanischen Sender Kleingruppen eher seltener als erwartet in Szene gesetzt.

3.1.3.2.3 Erste thematische Priorität – Hauptakteure

Innerhalb der ersten inhaltlichen Ebene wurden sowohl Anzahl als auch soziale Funktion der Hauptakteure erhoben. Dies betraf alle Personen, die im unmittelbaren Fokus der Kamera standen und an dem abgebildeten Geschehen teilnahmen.

Anzahl der präsentierten Personen (erste Ebene)

Bezüglich der Anzahl der auf der ersten Ebene präsentierten Personen haben sich keine signifikanten Unterschiede ergeben, $\chi^2(8, N = 660) = 10.89, p = .210, n.s.$

Soziale Funktion der präsentierten Person (erste Ebene)

Zusätzlich zu der Anzahl der Hauptakteure wurde auf dieser Ebene deren soziale Funktion kategorisiert. Die Ergebnisse diesbezüglich zeigen, dass in allen drei Kulturen am meisten Politiker, Privatpersonen/ Bürger und Soldaten fokussiert wurden.

Tabelle 3: Häufigkeit der inszenierten sozialen und politischen Akteure auf dem ersten Prioritätsebene

Land/Region		Gezeigte soziale und politische Akteure auf dem ersten Prioritätsebene (direkten Fokus)								
		kei- ner	Politi- ker	Promi- nenter	Moderator	Journa- list	Privat- person	Demonst- rant	Soldat	Sonst.
Deutschland	Anzahl	56	55	1	0	16	47	5	6	20
	Erwartet	52.4	49.2	.3	1.9	16.9	42.0	9.4	17.6	16.3
	Stand. Residuen	.5	.8	1.2	-1.4	-2	.8	-1.4	-2.8**	.9
USA	Anzahl	65	60	0	6	32	58	19	33	25
	Erwartet	75.7	71.2	.5	2.7	24.5	60.8	13.6	25.4	23.6
	Stand. Residuen	-1.2	-1.3	-.7	2.0*	1.5	-.4	1.5	1.5	.3
Arabisches Welt	Anzahl	46	42	0	0	6	29	6	17	7
	Erwartet	38.9	36.6	.2	1.4	12.6	31.2	7.0	13.0	12.1
	Stand. Residuen	1.1	.9	-.5	-1.2	-1.9	-.4	-.4	1.1	1.5

Signifikanzniveau: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

Tabelle 3 zeigt die signifikanten Differenzen, die sich nach der Pearsons Chi-Quadrat-Analyse ergaben, $\chi^2(16, N = 657) = 26.11, p < .001$. Die deutschen und arabischen Sender zeigten signifikant mehr Politiker, während die amerikanischen Sender weniger als erwartet zeigten. Die Inszenierung von Privatpersonen/ Bürgern unterschied sich zwischen den Kulturen nicht signifikant. Jedoch ergaben sich Unterschiede in der Inszenierung von Soldaten. Während in Deutschland signifikant weniger Soldaten als erwartet gezeigt wurden ($p < .01$), zeigten sowohl die USA als auch die arabischen Länder mehr Soldaten als erwartet. Die signifikante Abweichung zwischen der tatsächlichen und der erwarteten Häufigkeit der gezeigten Moderatoren kann aufgrund der kleinen Gesamtzahl von betroffenen Untersuchungseinheiten vernachlässigt werden.

3.1.3.2.4 Zweite thematische Priorität – Kommunikativer Kontext (Personen im Hintergrund)

Auf der zweiten Ebene wurden die inszenierten Personen analysiert, die in einer kommunikativen Relation zum Hauptakteur standen ohne an dem thematischen Fokus teilzunehmen.

Anzahl der präsentierten Personen (zweite Ebene)

Anhand einer Pearsons Chi-Quadrat Analyse konnten signifikante Differenzen bezüglich der Anzahl der inszenierten Personen auf der kommunikativen Ebene gezeigt werden, $\chi^2(8, N = 662) = 26.11, p < .001$.

Tabelle 4: Häufigkeit der Anzahl der gezeigten Personen im kommunikativen Hintergrund

		Gezeigte Personen im kommunikativen Hintergrund					
		keiner	eine Person	kleine Gruppen (2-10)	große Gruppen (11-50)	Massen (51 und mehr)	
Land/ Region	Deutschland	Anzahl	145	13	26	24	0
		Erwartet	152.1	11.3	30.5	13.8	.3
		Stand. Residuen	-.6	.5	-.8	2.7**	-.6
	USA	Anzahl	236	9	40	14	1
		Erwartet	219.3	16.3	44.0	19.9	.5
		Stand. Residuen	1.1	-1.8	-.6	-1.3	.8
	Arabische Welt	Anzahl	103	14	31	6	0
		Erwartet	112.6	8.4	22.6	10.2	.2
		Stand. Residuen	-.9	1.9	1.8	-1.3	-.5

Signifikanzniveau: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Wie aus Tabelle 4 zu entnehmen, wurde in den USA eine Person weniger häufig als erwartet im Hintergrund präsentiert. Die arabischen Sender haben dagegen sowohl eine Person als auch kleine Gruppen häufiger als erwartet in Szene gesetzt. Allerdings weist das Ergebnis nur eine Tendenz zur Signifikanz auf (s. Tabelle 4). In Deutschland wurden große Gruppen, welche die fokussierte Person umgeben haben, häufiger als erwartet gezeigt ($p < .01$).

Soziale Funktion der präsentierten Person (zweite Ebene)

Die Pearson Chi-Quadrat-Analyse (s. Tabelle 5) konnte zeigen, dass bezüglich der Funktion der Hintergrundakteure signifikante Differenzen zwischen den Kulturen zu finden waren, $\chi^2(14, N = 662) = 74.16, p < .001$. Die insgesamt meist gezeigten Personen waren Politiker, Demonstranten, Soldaten und Privatpersonen/ Bürger. In Deutschland wurden häufiger Journalisten ($p < .05$) und Demonstranten ($p < .001$), aber weniger Soldaten ($p < .05$) in Szene gesetzt. Weniger Demonstranten als erwartet haben die amerikanischen Sender gezeigt ($p < .01$). Die arabischen Sender haben in den Nachrichten häufiger Privatpersonen ($p < .001$) und Soldaten ($p < .01$) als erwartet in der Umgebung der Hauptakteure präsentiert.

Tabelle 5: Häufigkeit der sozialen Funktion im kommunikativen Hintergrund

Land/Region		Soziale Funktionen im kommunikativen Hintergrund							
		keiner	Politiker	Promi- nenter	Mode- rator	Journa- list	Privatper- son/Bürger	Demon- strant	Soldat
Deutsch- land	Anzahl	142	14	1	8	10	18	5	10
	Erwartet	148.9	10.4	.3	3.8	14.5	7.2	12.3	10.7
	Stand. Residuen	-.6	1.1	1.2	2.2*	-1.2	4.0***	-2.1*	-.2
USA	Anzahl	236	16	0	4	14	2	16	12
	Erwartet	214.8	15.0	.5	5.4	20.8	10.4	17.7	15.4
	Stand. Residuen	1.4	.3	-.7	-.6	-1.5	-2.6**	-.4	-.9
Arabische Welt	Anzahl	96	3	0	0	22	3	18	12
	Erwartet	110.3	7.7	.2	2.8	10.7	5.4	9.1	7.9
	Stand. Residuen	-1.4	-1.7	-.5	-1.7	3.5***	-1.0	3.0**	1.5

Signifikanzniveau: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

3.1.3.2.5 Dritte thematische Priorität – Situativer Kontext (Dritte Ebene)

Innerhalb der dritten Ebene wurden Personen analysiert, die sowohl räumlich im weiteren Hintergrund des Bildes positioniert wurden als auch unbeteiligt vom Hauptgeschehen inszeniert wurden.

Anzahl der präsentierten Personen (dritte Ebene)

Die dritte Ebene war laut Analysen dadurch charakterisiert, dass über die drei Kulturen hinweg eher keine Personen im weiten Hintergrund präsentiert wurden (vgl. Tabelle 6). Sporadisch wurden eine Person oder kleine bzw. große Gruppen gezeigt. Massen wurden gar nicht präsentiert. Dennoch wurden signifikante Unterschiede in der Häufigkeit der auf dieser Ebene präsentierten Personen gefunden, $\chi^2(8, N = 653) = 27.41, p < .001$. Abweichungen zwischen den erwarteten und tatsächlichen Werten ergaben sich für die Kategorien „eine Person“ und „Kleingruppe“. Während in Deutschland eine Person signifikant häufiger als erwartet dargestellt wurde ($p < .01$), haben die amerikanischen Sender eine Person weniger häufig als erwartet präsentiert ($p < .05$).

Tabelle 6: Häufigkeit der Anzahl an Personen präsentiert im situativen Kontext.

		Anzahl der Personen präsentiert in dem situativen Kontext			
		keiner	eine Person	Kleine Gruppen (2-10)	Große Gruppen (11-50)
Deutschland	Anzahl	186	11	3	2
	Erwartet	185.9	4.9	9.3	1.9
	Stand. Residuen	.0	2.7**	-2.1*	.1
USA	Anzahl	282	1	12	2
	Erwartet	273.3	7.3	13.6	2.7
	Stand. Residuen	.5	-2.3*	-.4	-.4
Arabische Welt	Anzahl	133	4	15	2
	Erwartet	141.7	3.8	7.1	1.4
	Stand. Residuen	-.7	.1	3.0**	.5

Signifikanzniveau: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Außerdem wurde in Deutschland eine Inszenierung von Kleingruppen auf der dritten Ebene weniger bevorzugt als in der arabischen Welt, wo diese signifikant häufiger als erwartet zum Teil des Bildes gemacht wurden ($p < .01$).

3.1.3.2.6 Medientechnische Perspektive, Kameraeinstellung

In Anlehnung an die Pilotstudie wurde hier eine Ergänzung der Kategorie vorgenommen. Um eine hohe Trennschärfe zu erreichen, wurden die Ausprägungen auf acht er-

weitert: (1) Detail – Kameraeinstellung, die nur einen Teil des Gesichtes zeigt; (2) groß – Kameraeinstellung, bei der nur der Kopf zu sehen ist; (3) Nahaufnahme – zeigt den Oberkörper der fokussierten Person von der Mitte des Oberkörpers aufwärts; (4) Halbnahaufnahme – zeigt den Körper von der Hüfte an aufwärts; (5) amerikanische Einstellung – zeigt $\frac{3}{4}$ Körper, d.h. den Körper von dem Bereich zwischen den Knien und Hüften an aufwärts, (6) Halbtotale – zeigt den ganzen Körper ohne kontextuelle Umgebung; (7) Totale – zeigt den ganzen Körper mit einer kontextuellen Umgebung; (8) Panorama – zeigt eine weite Perspektive der Umgebung ohne Akteure zu präsentieren.

Die Ergebnisse der Chi-Quadrat-Analyse diesbezüglich zeigten signifikante Unterschiede, $\chi^2(18, N = 661) = 29.30, p < .05$. Wie aus Tabelle 7 zu entnehmen ist, wurden in allen drei Kulturen die Totale (28.7%) und die Halbtotale (25.0%) als meist favorisierte Kameraeinstellungen verwendet. Eine nähere Betrachtung der standardisierten Residuen deckte keine deutlich interpretierbaren Differenzen auf. Eine signifikante Differenz war in der Kategorie „off“ zu erkennen. In Bezug darauf, dass diese Kategorie bei Vorspann oder Werbung kodiert wurde, war diese Differenz inhaltlich zu vernachlässigen. Auf der deskriptiven Ebene waren einige Differenzen mit Tendenz zur Signifikanz zu erkennen, die jedoch die Ergebnisse der Pilotstudie replizierten. In den amerikanischen Nachrichten wurden häufiger Details in „close-up“ Einstellungen präsentiert als erwartet. In den arabischen Nachrichten dagegen wurden häufiger halbtotale Einstellungen verwendet, die die ganze Person inszenieren. Allgemein stimmte dieses Ergebnis mit der Anzahl der gezeigten Personen auf dem Display überein. Kulturen, die mehr Personen in Szene setzten, verwendeten häufiger die Totale oder Halbtotale, während Kulturen, die auf Einzelpersonen fokussierten, häufiger detaillierte Darstellungen in „close-ups“ verwendeten.

Tabelle 7: Häufigkeit der Verwendung unterschiedlicher Kameraeinstellung

Land/Region		verwendete Kameraeinstellung									
		Off	D	CU	MSH	MLSH	AMSH	LSH	ELSH	W	oth.
Deutschland	Anzahl	0	13	10	52	20	20	1	69	7	16
	Erwartet	.6	8.8	17.6	51.9	19.8	19.8	4.1	59.8	7.2	18.3
	Stand. Residuen	-.8	1.4	-1.8	.0	.0	.0	-1.5	1.2	-.1	-.5
USA	Anzahl	0	12	34	80	27	28	6	71	11	30
	Erwartet	.9	12.7	25.3	74.6	28.5	28.5	5.9	85.9	10.4	26.2
	Stand. Residuen	-1.0	-.2	1.7	.6	-.3	-.1	.0	-1.6	.2	.7
Arabische Welt	Anzahl	2	3	12	33	16	15	6	50	5	12
	Erwartet	.5	6.5	13.0	38.4	14.7	14.7	3.0	44.3	5.4	13.5
	Stand. Residuen	2.2*	-1.4	-.3	-.9	.3	.1	1.7	.9	-.2	-.4

Signifikanzniveau: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

3.1.3.2.7 Handlungsrahmen und räumliches Setting

Die Kategorie des räumlichen Settings wurde erhoben, um eine vollständige Beschreibung der Inszenierung zu erreichen. Dabei wurde kodiert, ob die Handlung innerhalb eines Gebäudes oder im Freien stattfand. Eine Pearson Chi-Quadrat-Analyse diesbezüglich zeigte signifikante Unterschiede, $\chi^2(4, N = 660) = 23.70, p < .001$. Insgesamt wurden in Deutschland am häufigsten Handlungen gezeigt, die institutionell und innerhalb eines Gebäudes abgewickelt wurden (64.6%), gefolgt von den USA (53.7%) und den arabischen Sendern mit 40.3%. Diese Ergebnisse sind auf direktem Vergleich der standardisierten Residuen zwischen den erwarteten und beobachteten Häufigkeiten aufgebaut: in Deutschland ist eine Handlung häufiger als erwartet innerhalb eines Gebäudes inszeniert worden ($p < .05$), während im Gegensatz dazu die arabischen Nachrichten häufiger Handlungen im Freien gezeigt haben ($p < .05$).

3.1.3.2.8 Inszenierung von politischen Akteuren

Die zentrale Fragestellung der vorliegenden Arbeit konzentriert sich auf die Inszenierung von politischen Machttägern. Daher wurde auch der Fokus dieser Analyse auf die Akteure und insbesondere auf den umgebenden Kontext gerichtet. Um eine vollständige Beschreibung der Inszenierung in den drei Kulturen zu erreichen, wurde untersucht, welcher Politiker von wie vielen Personen umgeben war und in welchen Rahmenbedin-

gungen präsentiert wurde. Diesbezüglich wurden die Nationalität der gezeigten Politiker, die unmittelbare Umgebung mit Anzahl und sozialer Funktion der umgebenden Personen sowie der Handlungsrahmen erhoben.

Nationalität der präsentierten Politiker

Diese Kategorie hat differenziert, ob nur inländische (Politiker und Nachrichtenquelle sind identisch), nur ausländische (Politiker und Nachrichtenquelle sind nicht identisch) oder sowohl inländische als auch ausländische Politiker (vorausgesetzt mehrere Politiker sind im Bild) inszeniert worden sind. Insgesamt wurden mehr einheimische (inländische) Politiker als ausländische Politiker präsentiert. Eine Pearson Chi-Quadrat-Analyse ergab auch hier signifikante Unterschiede, $\chi^2(4, N = 149) = 13.97, p < .01$. In Deutschland und den USA wurden einheimische Politiker häufiger als erwartet präsentiert, in der arabischen Welt weniger als erwartet. In Deutschland wurden in dem ausgewerteten Material keine ausländischen und inländischen Politiker gleichzeitig in Szene gesetzt, was mit 0% signifikant seltener als erwartet vorkam ($p < .05$).

Personelle Umgebung der präsentierten Politiker

Diese Analyse wurde nur für die Fälle durchgeführt, in denen ein oder mehrere Politiker präsentiert wurden. Wenn ein oder mehrere Politiker im Bild waren, wurden Anzahl und Funktion der Personen in der unmittelbaren Umgebung zum Politiker analysiert.

Wie viele Personen umgeben den Politiker?

Die Anzahl der Personen, mit denen die Machtträger in den unterschiedlichen Kulturen präsentiert wurden, gibt Auskunft darüber, wie die proxemische Distanz zwischen den einzelnen Rollenträgern medial widergespiegelt wurde.

Tabelle 8: Häufigkeit der Anzahl an Personen, die einen oder mehrere Politiker umgeben

		Anzahl der Personen in der Umgebung			
		keiner	eine Person	Kleine Gruppen (2-10)	Große Gruppen (11-50)
Deutschland	Anzahl	38	7	10	0
	Erwartet	37.8	4.9	9.1	3.2
	Stand. Residuen	.0	.9	.3	-1.8
USA	Anzahl	39	3	10	8
	Erwartet	41.3	5.4	9.9	3.4
	Stand. Residuen	-.4	-1.0	.0	2.5*
Arabische Welt	Anzahl	31	4	6	1
	Erwartet	28.9	3.7	7.0	2.4
	Stand. Residuen	.4	.1	-.4	-.9

Signifikanzniveau: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Die Pearson Chi-Quadrat-Analyse hat gezeigt, dass wenn ein oder mehrere Politiker im Fokus der Handlung inszeniert wurden, diese meistens ohne andere Personen im kommunikativen Zusammenhang standen (zweite thematische Priorität), $\chi^2(6, N = 157) = 12.47, p = .05$. Wenn jedoch neben Politikern Personen auf der zweiten Ebene inszeniert wurden, kamen in den USA ($p < .05$) signifikant häufiger als erwartet große Gruppen vor (vgl. Tabelle 8).

Von wem wird der Politiker umgeben?

Wie aus Tabelle 8 zu entnehmen ist, umgeben sowohl Einzelpersonen als auch kleine und große Gruppen politische Akteure. Um die soziale Rolle dieser zu untersuchen wurde eine Pearson Chi-Quadrat-Analyse durchgeführt. Das signifikante Ergebnis, $\chi^2(10, N = 157) = 21.20, p < .01$, deutet zwar auf Differenzen hin, zeigt allerdings bei näherer Betrachtung der standardisierten Residuen keine signifikanten Abweichungen zwischen erwarteten und tatsächlichen Verteilungen der gezeigten sozialen Funktionen (s. Tabelle 9). Auf einer deskriptiven Ebene mit Tendenz zur Signifikanz unterschieden sich die folgenden Ergebnisse: in den USA wurden Politiker häufiger in der Anwesenheit anderer Politiker oder Soldaten inszeniert; in Deutschland stellen Journalisten die häufigste soziale Rolle in der kommunikativen Umgebung eines Politikers dar; in der arabischen Welt sind es meistens Bürger, die einen Politiker unmittelbar umgeben.

Tabelle 9: Häufigkeit der sozialen Rollen in der kommunikativen Umgebung der Politiker

		Soziale Rolle der Personen in der Umgebung						
		keiner	Politi- ker	Journa- list	Bürger	Soldat	sonst.	
Land/ Region	Deutsch- land	Anzahl	39	4	4	1	2	5
		Erwartet	38.2	4.6	1.8	2.1	3.9	4.6
		Stand. Residuen	.1	-.3	1.7	-.8	-.9	.2
	USA	Anzahl	39	9	1	1	7	3
		Erwartet	41.7	5.0	1.9	2.3	4.2	5.0
		Stand. Residuen	-.4	1.8	-.7	-.9	1.4	-.9
	Arabische Welt	Anzahl	31	0	0	4	2	5
		Erwartet	29.2	3.5	1.3	1.6	2.9	3.5
		Stand. Residuen	.3	-1.9	-1.2	1.9	-.5	.8

Signifikanzniveau: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

Handlungsrahmen

In Bezug auf die Analyse der Handlungsrahmen konnte gezeigt werden, dass, wenn ein oder mehrere Politiker im Fokus des Geschehens standen, diese über alle drei Kulturen hinweg meistens in einem institutionellen Kontext inszeniert wurden. Private Handlungsrahmen wurden gar nicht präsentiert. Eine Pearson Chi-Quadrat-Analyse ergab signifikante Unterschiede, $\chi^2(4, N = 156) = 24.05$, $p < .001$. Eine detaillierte Betrachtung der standardisierten Residuen diesbezüglich zeigte, dass insbesondere in den deutschen Nachrichten öffentliche Settings häufiger als erwartet inszeniert wurden ($p < .001$). Im Gegensatz dazu wurden in amerikanischen Nachrichten öffentliche Handlungsrahmen weniger als erwartet eingesetzt ($p < .001$), dafür aber mehr institutionelle Settings als erwartet gezeigt ($p < .05$).

3.1.4 Zusammenfassung und Diskussion

Die erste Studie der vorliegenden Arbeit wurde zweistufig konstruiert, um Differenzen in impliziten und formalen Charakteristiken zwischen amerikanischen, deutschen und arabischen Fernsehnachrichten aufzudecken. In Verbindung mit theoretischen Überlegungen wurde zuerst eine explorative Pilotstudie durchgeführt, um grundlegende Zusammenhänge in der Personalisierung politischer Nachrichten zwischen den Kulturen zu analysieren. Die Ergebnisse deuteten auf erste signifikante Unterschiede hin, die in Bezug auf die Kultur interpretiert wurden. Darauf folgend wurde die gleiche Methode angewandt, um mit einem umfassenderen Categoriesystem weitere Forschungsfragen zu beantworten und theoriegeleitete Hypothesen zu testen. Es wurde ein Schwerpunkt auf die Personalisierung von Nachrichten und insbesondere auf die Inszenierung von politischen Machträgern gesetzt. Die Hypothesen konnten teilweise bestätigt werden.

Aus dem theoretischen Hintergrund geht hervor, dass ausreichend Indizien gefunden wurden, anhand derer kulturelle Unterschiede in Form von Kulturdimensionen zugeordnet werden können. Aus diesen grundlegenden Differenzen wurden in der vorliegenden Arbeit Überlegungen für die erste übergreifende Forschungsfrage abgeleitet. Sie bezog sich darauf, ob sich Kulturunterschiede hinsichtlich verschiedener Inszenierungsparameter zwischen den amerikanischen, deutschen und arabischen TV-Nachrichten widerspiegeln. Im Speziellen zielte die Frage auf Parameter wie die Anzahl der im Bild inszenierten Personen und die verwendete medientechnische Komponente, die Kameraeinstellung, ab.

Um möglichst ökonomisch zu testen, ob durch eine inhaltsanalytische Vorgehensweise erste Unterschiede beleuchtbar sind, wurde eine Pilotstudie konstruiert. Die Ergebnisse zeigten, dass in den amerikanischen Nachrichten signifikant häufiger eine Person alleine inszeniert wurde, während in den arabischen Nachrichten eher Gruppen ins Bild gesetzt wurden. Bei der Verwendung unterschiedlicher Kameraeinstellungen haben sich die Kulturen ebenfalls signifikant unterschieden. Während die Amerikaner sich häufiger Close-ups bedienten, haben die Araber häufiger die Totale benutzt. Die Methode hat sich somit als trennscharf genug erwiesen, um Kulturunterschiede in der medialen Präsentation aufzudecken. Ferner wurden diese Zusammenhänge in Bezug auf die unterschiedlichen Ausprägungen der Kulturdimensionen Machtdistanz und Individualismus/Kollektivismus interpretiert. Die para-proxemischen Distanz zum Zuschauer durch die

Kameraperspektive wurde mit Power Distance assoziiert, die Anzahl der im Bild präsentierten Personen im Rahmen von Individualismus/ Kollektivismus interpretiert. Die Interpretation wurde von der Annahme abgeleitet, dass in individualistischen Kulturen das Individuum die kleinste Gesellschaftseinheit darstellt, während in kollektivistischen Kulturen die Gruppe im Gesellschaftsfokus steht.

Um weitere Kulturunterschiede in der Personalisierung von Nachrichten vertieft und theoriefundiert zu analysieren, wurde in einem zweiten Schritt eine Hauptstudie als Erweiterung der Pilotstudie konstruiert. Eine umfassendere Analyse der Personalisierung sollte nicht nur durch den Vergleich der Personenanzahl im Bild, sondern auch durch die Erhebung der sozialen Rolle der jeweiligen Haupt- und Nebenakteure erreicht werden. Die erste Fragestellung bezog sich auf die allgemeinen Unterschiede in den impliziten und formalen Charakteristika der Nachrichten zwischen den drei Kulturen. Dabei wurden sowohl medientechnische Komponenten wie die Kameraperspektive, als auch allgemeine Differenzen der inhaltlichen Zusammensetzung erhoben. Hierzu zeigten die Ergebnisse, dass sich die Personalisierung der Nachrichten insgesamt unterschieden hat. Meistens wurde in den individualistischen Kulturen mit einer niedrigeren Machtdistanz eine para-proxemisch nähere medientechnische Aufbereitung wie die Close-up-Aufnahme verwendet, während in den arabischen Sendern häufiger eine weite Perspektive wie die Totale bevorzugt wurde. Die Ergebnisse wurden deskriptiv behandelt, da sie im Gegensatz zu der Pilotstudie nicht signifikant wurden, wohl aber eine Tendenz zur Signifikanz aufweisen konnten. Signifikant wurden die Unterschiede in Bezug auf die Anzahl der inszenierten Personen (s. oben). Darüber hinaus und vor dem Hintergrund der sozialen Rolle wurden in alle drei Kulturen am häufigsten politische Machttäger, Privatpersonen und Soldaten fokussiert. Signifikant hat sich diesbezüglich die Inszenierung von Soldaten unterschieden, die in Deutschland weniger als erwartet ins Bild gebracht wurden. Dies ist kein überraschendes Ergebnis vor dem Hintergrund, dass sich die anderen beiden Regionen während der Nachrichtenaufnahmezeit in militärischen Konflikten befanden. Im unmittelbaren kommunikativen Kontext der Hauptakteure wurden in Deutschland häufiger als erwartet große Gruppen inszeniert, die aus Journalisten und Demonstranten bestanden. Dieses Ergebnis wiederum spiegelt die demokratische Gesellschaftsstruktur der deutschen Kultur wieder. In den USA wurden im kommunikativen Kontext weniger Demonstranten als erwartet gezeigt. In den arabischen Nachrichten wurden in der direkten Umgebung meistens Privatpersonen oder

Bürger gezeigt, was auf einen reichhaltigen Kulturkontext (high-context) mit informellen Gruppenstrukturen hindeutet.

Konkret wurde darüber hinaus die Hypothese geprüft, dass die amerikanische, individualistische Kultur mehr selbstzentrierte politische Nachrichten ausstrahlt, während die arabische, kollektivistische Kultur einen Fremdfokus aufweist und deshalb mehr internationale Nachrichten berichtet. Die deutschen Nachrichten sollten aufgrund der Klassifikation als individualistische Kultur ein ähnliches Nachrichtenthemenprofil wie die amerikanischen Nachrichten zeigen. Als selbstzentriert wurden in der Untersuchung innen- und außenpolitische Nachrichten interpretiert, als fremdzentriert wurden rein internationale Nachrichten gesehen. Die Ergebnisse konnten diese erste Hypothese teilweise bestätigen. Wie erwartet strahlten die USA mit 99,4% die meisten selbstzentrierten und mit 0,7% die wenigsten fremdzentrierten Nachrichten aus. Die arabischen Sender sendeten jedoch nicht die meisten internationalen Nachrichten. Anders als vermutet setzten sich die deutschen Nachrichten aus mehr fremdzentrierten (23,6 %) und weniger selbstzentrierten (76,5%) Nachrichten als erwartet zusammen.

Die zweite Hypothese wurde in Anlehnung an die Ergebnisse der Pilotstudie und theoretische Konstrukte abgeleitet und bezog sich auf die Anzahl der im Bild inszenierten Personen. Die Ergebnisse bestätigten die Erwartung, dass in den amerikanischen Nachrichten signifikant mehr Einzelpersonen inszeniert wurden. In den arabischen Nachrichten wurden signifikant weniger Einzelpersonen, dafür aber signifikant mehr Gruppen ins Bild gesetzt. Die deutschen Nachrichten haben hier ein eher ähnliches Profil wie die amerikanischen Nachrichten gezeigt. Somit wurde das Hauptergebnis der Pilotstudie repliziert und die zweite Hypothese bestätigt.

Die zweite Forschungsfrage bezog sich auf die explorative Erforschung der Inszenierung von politischen Machträgern in Kulturvergleich. Hier wurden hinsichtlich der Machtdistanz Unterschiede in der proxemischen Konstellation erwartet, wie auch in Hinblick auf Individualismus/ Kollektivismus in der personellen Umgebung. Die Ergebnisse zeigten, dass Kulturunterschiede in der Inszenierung zu erkennen waren, wenn ein oder mehrere Politiker in den Fokus der präsentierten Handlung gesetzt wurden. Über die drei Länder hinweg wurden Politiker häufiger unter sich in Szene gesetzt. Ausnahme waren die USA, wo Gruppen häufiger als erwartet in der kommunikativen Umgebung der Politiker gezeigt wurden. Eine nähere Betrachtung der sozialen Rollen deutete darauf hin, dass in den USA Politiker häufiger in Gegenwart anderer Politiker oder Soldaten inszeniert wurden, in Deutschland häufiger Journalisten in die kommuni-

kative Umgebung eines Politikers gesetzt wurden und in der arabischen Welt meistens Privatpersonen und Bürger einen Politiker unmittelbar umgaben. Während die Handlung in Deutschland signifikant häufiger als erwartet an öffentlichen Plätzen stattfand, wurde in den USA signifikant seltener öffentlich und signifikant häufiger im institutionellen Rahmen präsentiert.

Im Allgemeinen können diese Unterschiede sowohl durch die unterschiedliche Aufbereitung im Sinne der Nachrichtenselektion als auch durch kulturspezifische Werte erklärt werden, wie z.B. die Reichhaltigkeit des Kontextes (high- vs. low-context Kultur) oder auch der Gesellschaftsfokus auf Individuen oder Gruppen im Sinne von Individualismus/ Kollektivismus. Darüber hinaus konnten die Ergebnisse zeigen, dass durch die Medien Gesellschaftsstrukturen und Kulturwerte expliziert, salient gemacht und aufrechterhalten werden.

3.2 Studie II: Mikroanalyse: Wirkung massenmedialer Unterschiede in der Inszenierung einzelner Machträger im Kulturvergleich

Die makroanalytische Studie deckte Differenzen in den formalen und impliziten Besonderheiten der interkulturellen Nachrichtenaufbereitung auf. Darüber hinaus zeigten die Ergebnisse, dass die am häufigsten inszenierten sozialen Funktionsträger in politischen Nachrichten durch Politiker dargestellt wurden. Die Studie erlaubte zudem die Beschreibung des unmittelbaren und kommunikativen Kontextes der inszenierten Akteure. In der zweiten Studie der vorliegenden Arbeit wird eine Ebene tiefer eine mikroanalytische Perspektive angewandt, um die konkrete Bildpräsentation politischer Machträger isoliert vom Kontext zu beleuchten. Hier soll allgemein eine Antwort auf die Frage nach der konkreten medialen Inszenierung von Macht in den Hauptzeitnachrichten zwischen den Kulturen gefunden werden. Diesbezüglich wurden aus den Nachrichten die mächtigsten Politiker der jeweiligen Kulturen ausgewählt, die als Hauptakteure allein im Bild dargestellt wurden. Durch eine speziell entwickelte Methode wurden die Ausschnitte medientechnisch, rezeptiv und strukturell näher analysiert.

Zunächst werden in dem folgenden Abschnitt die Ausgangsfragestellungen und Hypothesen auf drei Ebenen dargestellt: (1) die Ebene der parametrischen Inszenierungsunterschiede hinsichtlich Face-ism; (2) die Ebene der Wahrnehmungsunterschiede hinsichtlich (2a) der Rezeption der medialen Inszenierung; (2b) der Rezeption von Kultur und (2c) der Zuschreibung von rezeptionsbedingten Kulturwerten sowie (3) die Ebene der strukturellen Unterschiede in der Produktion von nonverbalem Verhalten (Kapitel 3.2.1). Anschließend werden die Methode und die empirische Operationalisierung ebenfalls bezüglich dieser Ebenen betrachtet (Kapitel 3.2.2). Darauf folgend werden die Auswertung und die Ergebnisse dargestellt (Kapitel 3.2.3). Abschließend werden die Ergebnisse zu der makroanalytischen Ebene in einer zusammenfassenden Diskussion erläutert (Kapitel 3.2.4).

3.2.1 Fragestellungen und Hypothesen

3.2.1.1 Parametrische Inszenierungsunterschiede

Auf dieser Ebene werden Forschungsfragen gestellt, die nicht mehr auf die Gesamtnachrichtensequenzen, sondern isoliert auf die Auftritte der mächtigsten politischen Akteure in der jeweiligen Kultur fokussiert sind. Die in Kapitel 2.1.4 dargestellten theoretischen und empirischen Befunde zur spezifischen Inszenierungstechnik Face-ism werden hier als Grundlage für die Ableitung der Forschungsfragen hinzugezogen. Auf der Darstellungsebene führen Befunde zu Rassenunterschieden im Face-ism-Index zur dritten Forschungsfrage:

Forschungsfrage 3¹³:

Werden allgemeine Kulturunterschiede in der Kopfabbildungsgröße der inszenierten Politiker beobachtet?

3.2.1.2 Wahrnehmungsunterschiede

3.2.1.2.1 *Wirkung medialer Inszenierung*

Auf der Rezeptionsebene konnten aus der Literatur spezifische Befunde zu der Wahrnehmung von Abbildungen mit einem unterschiedlichen Face-ism-Index entnommen werden (Kapitel 2.1.4). Insbesondere bei der Wahrnehmung von Dominanz, Kompetenz und Sympathie konnten Forscher empirisch belegen, dass Abbildungen mit einem hohen vs. niedrigen Face-ism-Index konträre Bewertungen auf diesbezüglichen Skalen hervorrufen. Darstellungen von Personen, die mit einer größeren Kopfprominenz abgebildet wurden, wirkten auf Rezipienten dominanter und kompetenter. Darstellungen von körperbetont präsentierten Personen mit einem niedrigeren Face-ism-Index dagegen

¹³ Die Forschungsfragen und Hypothesen wurden über die makro- und mikroanalytischen Studie hinweg fortlaufend nummeriert.

wurden als weniger dominant und kompetent, dafür aber als sympathischer und attraktiver wahrgenommen. Allerdings gab es in den empirischen Untersuchungen zum Teil Konfundierungen mit dem Geschlecht der dargestellten Personen. Zusammenfassend und ausgehend von den empirischen Befunden wird erwartet, dass Personwahrnehmungsunterschiede zwischen großer und kleiner Kopfprominenz auch in bewegten Bildern politischer Machttäger unabhängig vom Geschlecht zu finden sein werden. Ziel dieser Arbeit ist diesbezüglich, die folgenden drei Hypothesen zu prüfen:

Hypothese 3:

Politiker mit einem hohen Face-ism-Index werden dominanter wahrgenommen als Politiker mit einem niedrigen Face-ism-Index.

Hypothese 4:

Politiker mit einem hohen Face-ism-Index werden kompetenter wahrgenommen als Politiker mit einem niedrigen Face-ism-Index.

Hypothese 5:

Politiker mit einem niedrigen Face-ism-Index werden sympathischer wahrgenommen als Politiker mit einem hohen Face-ism-Index.

Im theoretischen Hintergrund wurden Studien vorgestellt, die sich auf die Geschlechtsstereotypisierung beim Face-ism-Effekt und die dadurch hervorgerufenen Personwahrnehmungsunterschiede konzentriert haben. Ähnliche Untersuchungen wurden zur Rassenstereotypisierung zwischen hell- und dunkelhäutigen Menschen durchgeführt und es wurde gezeigt, dass sich die Darstellung von hellhäutigen Menschen durch einen höheren Face-ism-Index ausgezeichnet hat als die Darstellung von dunkelhäutigen. Demzufolge stellte sich die Frage, ob die Wahrnehmung und Bewertung von Bildern lokaler Politiker durch die stereotypisierte Vorinformation beeinflusst werden können. Konkret wird hierzu die folgende Forschungsfrage formuliert:

Forschungsfrage 4:

Wird die Wahrnehmung von Politikern mit unterschiedlichem Face-ism-Index von stereotypen Informationen über die kulturelle Zugehörigkeit der gezeigten Personen beeinflusst?

3.2.1.2.2 Wirkung von Kultur

In der vorliegenden Arbeit werden bewegte Bilder als Stimulusmaterial verwendet, die auf nonverbale Hinweisinformationen reduziert werden. Zahlreiche Hinweise für Kulturunterschiede bei der Produktion und Rezeption von nonverbalem Verhalten wurden in Kap. 2.4. bereits dargestellt. Ausgehend davon wird angenommen, dass der kulturelle Kontext der präsentierten Person bei der Wahrnehmung von Dominanz und Sympathie zu systematischen Unterschieden führen kann. Diesbezüglich wird die fünfte Forschungsfrage formuliert und überprüft. Die Forschungsfrage 6 bezieht sich auf den Einfluss von Vorinformationen zur Kulturzugehörigkeit auf die Personwahrnehmung der Rezipienten. Dabei soll eine kulturfreie Beurteilung von nonverbaler und medialer Information der durch stereotype Vorinformation geprägten Beurteilung gegenübergestellt werden.

Forschungsfrage 5:

Gibt es nachweisbare Unterschiede in der Wahrnehmung von Politikern unterschiedlicher Kulturen bezüglich Dominanz, Kompetenz und Sympathie?

Forschungsfrage 6:

Gibt es nachweisbare Unterschiede in der Wahrnehmung von Politikern unterschiedlicher Kulturen bezüglich Dominanz, Kompetenz und Sympathie in Abhängigkeit von der stereotypen Vorinformation?

3.2.1.2.3 Zuschreibung von rezeptionsbedingten Kulturwerten

Es wird geprüft, ob Rezipienten die dargestellten Personen bezüglich der zentralen Kulturdimension Individualismus/ Kollektivismus unterschiedlich wahrnehmen. Daten in der kulturvergleichenden Forschung weisen auf eine eindeutige Zuordnung der drei untersuchten Kulturen auf dem Kontinuum Individualismus-Kollektivismus hin: in den USA ist eine sehr individualistische, in den VAE eine sehr kollektivistische Kultur gegeben. Deutschland lässt sich zwar zwischen den beiden Kulturen einordnen, allerdings liegt das Kulturprofil näher am amerikanischen als an dem der VAE. Eine differenziertere Kulturzuordnung und -klassifikation haben Forscher aufgestellt, die diese beiden Pole als zwei unabhängige Dimensionen postulieren. In der vorliegenden Arbeit wird dieser Ansatz verwendet, um die Klassifikation der Stimuli zu überprüfen und die Struktur zu replizieren. Dazu wird in Bezug auf Individualismus die siebte Hypothese und hinsichtlich Kollektivismus die achte Hypothese empirisch geprüft.

Hypothese 6

Die amerikanischen Politiker werden am meisten individualistisch eingeschätzt, gefolgt von den deutschen Politikern. Die arabischen Politiker werden am wenigsten individualistisch eingeschätzt.

Hypothese 7

Die arabischen Politiker werden am meisten kollektivistisch eingeschätzt, gefolgt von den deutschen Politikern. Die amerikanischen Politiker werden am wenigsten kollektivistisch eingeschätzt.

Ob die medientechnische Aufbereitung genug Hinweisreize bietet, die auf eine Kulturzuschreibung hinweisen, war aus der Literatur nicht zu entnehmen. Also wurde hier die explorative Fragestellung formuliert, die auf die Wahrnehmung von Politikern schließt. Es wird überprüft, ob die unterschiedliche mediale Darstellung im Sinne des Face-ism-Effekts eine systematisch unterschiedliche Zuschreibung von Individualismus- oder Kollektivismuswerten bewirkt.

Forschungsfrage 7:

Gibt es nachweisbare Unterschiede in der Zuschreibung von Individualismus und Kollektivismus zwischen Politikern mit einem hohen vs. Politiker mit einem niedrigen Face-ism-Index?

Auch im Bezug auf die Wahrnehmung von Individualismus/ Kollektivismus wird explorativ der Forschungsfrage nachgegangen, ob stereotype Vorinformationen über die kulturelle Zugehörigkeit des präsentierten Politikers eine Rolle bei der Beurteilung spielen.

Forschungsfrage 8:

Gibt es nachweisbare Unterschiede in der Zuschreibung von Individualismus und Kollektivismus zwischen Politikern unterschiedlicher Kulturen in Abhängigkeit von stereotyper Vorinformation über deren kulturelle Zugehörigkeit?

3.2.1.3 Strukturelle Unterschiede im nonverbalen Verhalten

Auch bei der Produktion von nonverbalem Verhalten wurden Kulturdifferenzen berichtet (vgl. Kapitel 2.3). Im Speziellen wurden subtile nonverbale Verhaltenshinweisreize eingeführt, z.B. dynamische Parameter wie die allgemeine Bewegungskomplexität, die bei der Eindrucksbildung und Erstwahrnehmung einer Person eine wesentliche Rolle spielen. Ob möglicherweise solche systematischen Unterschiede, besonders in der subtilen gestischen Aktivität, für Unterschiede in der Wahrnehmung zwischen den Kulturen verantwortlich sein können, wird durch eine Strukturanalyse untersucht. Die Forschungsfrage 9 bezieht sich auf die Produktion von nonverbalem Verhalten. Dabei wird zum einen explorativ nach Unterschieden zwischen den drei Kulturen gesucht. Zum anderen wird das nonverbale Verhalten zwischen Politikern mit größerer und kleinerer Kopfprominenz laut Face-ism-Index untersucht.

Forschungsfrage 9:

Unterscheiden sich die gezeigten Politiker systematisch in der Produktion von nonverbalem Verhalten?

In diesem Abschnitt wurden die relevanten Forschungsfragen und Hypothesen abgeleitet und erläutert. Im Folgenden wird die Methode zu deren Operationalisierung dargestellt.

3.2.2 Methode

Die Methode der zweiten Studie kombiniert innovative Ansätze zur Analyse medien-spezifischer und nonverbaler Verhaltensdaten. Mit Hilfe dieser Ansätze werden die Forschungsfragen beantwortet und die Hypothesen überprüft. Zentrale Frage dieser Studie ist, ob sich die medientechnische Darstellungsgröße (Face-ism-Index) bei der Machtinszenierung zwischen den Kulturen unterscheidet. Darüber hinaus wurden in Anlehnung an theoretische Konstrukte konkrete Hypothesen über die Wahrnehmung von Politikern mit hohem vs. niedrigem Face-ism-Index formuliert. Um die Wirkung stereotyper Information vs. kulturfreier medientechnischer Manipulation zu überprüfen, wurde des Weiteren eine Computerplattform zur Animation von nonverbalem Verhalten eingesetzt. Sie ermöglichte durch Kodierung menschliches Verhalten auf virtuelle Figuren (Avatare) zu übertragen, um somit die Wirkung des Verhaltens unabhängig von der Kulturzugehörigkeit überprüfen zu können. Die so kodierten Daten haben zudem den Vorteil, dass das Verhalten in mathematische Protokolle umgesetzt wurde und ein objektiver Vergleich der nonverbalen Parameter zwischen den Kulturen ermöglicht wurde (Strukturanalyse). Abschließend werden in dieser Studie Kulturdifferenzen bei der Wahrnehmung von politischer Macht in Bezug auf die prominenteste Dimension Individualismus/ Kollektivismus überprüft, um frühere Befunde der Kulturklassifikation (vgl. Hofstede, 1980, 2003) nur auf Grund des Verhaltens zu replizieren.

Im Folgenden wird zuerst die Auswahl und Beschreibung des Stimulusmaterials dargestellt. Anschließend werden die Plattform zur Kodierung von nonverbalem Verhalten sowie die Software zur Parameterberechnung erläutert. Daraus wird die Bestimmung der Darstellungsgröße im Sinne von Face-ism-Index abgeleitet, die den zentralen Parameter für die Analyse der vorliegenden Studie liefert. Der Fokus der Analyse liegt sowohl auf der Produktionsseite als auch auf der Rezeptionsseite der Inszenierung von politischer Macht. Diesbezüglich wird abschließend in der Methode die Konstruktion, experimentelle Variation und Erhebung der Wahrnehmungsdaten erläutert.

3.2.2.1 Erste Datenerhebung und Vorbereitung der Stimuli- Auswahl

Wie bereits für die Makroanalyse beschrieben, wurde für die Mikroanalyse ebenfalls eine präzise Auswahl der Nachrichtensender aus den drei Kulturen vorgenommen. In

Tabelle 10 werden die Nachrichtensendungen aus den drei lokalen Sendern mit den höchsten Einschaltquoten dargestellt, die in die Mikroanalyse aufgenommen wurden. Aus der arabischen Welt wurde neben den zwei arabischen Haupt-Nachrichtenerstatter Al Jazeera und Al Arabiya der lokale Sender mit den höchsten Einschaltquoten für die Vereinigten Arabischen Emirate aufgenommen – Abu Dhabi TV. Dies geschah, weil die zweite Datenerhebung, die der Wahrnehmungsdaten, für Sharjah in den Vereinigten Arabischen Emiraten vorgesehen wurde. Als Analysebasis für die Studie wurden aufgezeichnete Hauptsendezeit-Nachrichten aus dem Monat Juni 2005 verwendet (Aufnahmezeit: vier Wochen). Alle aufgenommenen Nachrichten wurden gesichtet und die Auftritte der nationalen Politiker mit dem Programm TV-Pro (Kempter & Bente, 2004) ausgezählt und ausgeschnitten.

Tabelle 10: Ausgewählte Sender und Hauptsendezeit-Nachrichten, die aufgenommen wurden

Sender	Nachrichtensendung <i>täglich</i>	Zeit/Start	Dauer
Amerikanisch			
CBS	Evening News	06:30h. p.m. /a.m. local	30 min.
ABC	ABC World News Tonight	06:30h. p.m. /a.m. local	30 min.
NBC	NBC Nightly News	06:30h. p.m. local	30 min.
Deutsch			
ZDF	Heute	19:00h.	20 min.
ARD	Tagesschau	20:00h.	15 min.
RTL	RTL-Aktuell	18:45h.	25 min.
Arabisch			
Al Jazeera	News	22:00 GMT	10 min
Al Arabiya	stündlich	zur vollen Stunde	30 min.
Abu Dhabi TV	alle drei Stunden	10h., 13h., 16.,19h	30 min.






Anmerkung: GMT - Greenwich Mean Time

3.2.2.2 Auswahl der politischen Stimuli

Ziel der Studie war, die Inszenierung von Macht zu analysieren. Daher wurden die mächtigsten Politiker als Stimulusmaterial ausgewählt. Nach Auszählung der politischen Auftritte wurde ein Ranking der lokalen Politiker pro Land erstellt und die zehn meistgezeigten Politiker für die weiteren Analysen ausgewählt. Diese zehn wurden wegen ihrer politischen Popularität als die zehn mächtigsten und wichtigsten politischen

Akteure pro Land/ Kultur definiert. So wurden pro Kultur folgende Politiker nach ihrem Ranking ausgewählt: (1) amerikanische Politiker – Bush, Rumsfeld, Rice, Clinton Cheney, Graham, Kennedy, Rove, Schumer und Biden; (2) deutsche Politiker – Schröder, Merkel, Müntefering, Fischer, Eichel, Schily, Clement, Gysi, Rüttgers und Köhler; (3) arabische Politiker: Al-Jaafari, Abbas, Rafsanjani, Fayyad, Kubba, Mubarak, Al Sabah, Lahoud, Aoun und Al-Zibari. Daraufhin wurde pro Politiker aus den ausgeschnittenen Nachrichtensequenzen eine Sequenz ausgewählt, die den jeweiligen Politiker allein im Bild bei einer Rede- oder Interviewsituation darstellt. Dadurch, dass es sich bei dieser Studie um authentische Nachrichten handelt, variieren die Sequenzen von 10 bis 28 Sekunden. Bei der Auswahl wurde eine Ausnahmeregelung für den Auftritt von Donald Rumsfeld getroffen. Er war zwar am zweit häufigsten gezeigte amerikanische Politiker, aber keine Sequenz zeigte ihn länger als sieben Sekunden allein im Bild in der geforderten Einstellung. Für alle anderen politischen Sequenzen wurde eine Minimaldauer von zehn Sekunden festgelegt. Jedoch reichen fünf Sekunden Präsentationszeit für die Eindruckbildung bereits aus (vgl. Ambady, Bernieri, & Richeson, 2000). In Tabelle 11 sind die amerikanischen, in Tabelle 12 die deutschen und in Tabelle 13 die arabischen Politiker hierarchisch mit der entsprechenden Dienstbeschreibung und Länge der verwendeten Nachrichtensequenz aufgelistet.

Tabelle 11: Amerikanische Politiker sortiert nach Wichtigkeit

	Name	Bild	Dienstbeschreibung
1	George W. Bush Dauer: 15s.		George Walker Bush ist der 43. und der aktuelle Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika. Von 1995 bis 2000 war er der 46. Gouverneur von Texas und der älteste Sohn des ehemaligen amerikanischen Präsidenten George Herbert Walker Bush. Seine Regierungszeit endet am 20.01.2009.
2	Donald Rumsfeld Dauer: 7s.		Donald Henry Rumsfeld ist amerikanischer Politiker. Er war von 1975 bis 1977 der 13. Verteidigungsminister der USA in der Regierung von Präsident Gerald Ford und von 2001 bis 2006 der 21. Verteidigungsminister in der Regierung von George W. Bush. Während der Nachrichtenaufnahmen war er noch in diesem Amt.
3	Condoleezza Rice Dauer: 12s.		Condoleezza Rice ist seit Januar 2005 die 66. Außenministerin der USA und die zweitwichtigste Person der Administrativen Organisation in der Regierung Bushs. Rice war im Nationalen Sicherheitsrat bevor sie für das Amt der Außenministerin nominiert wurde.
4	Hillary Clinton Dauer: 12s		Hillary Diane Rodham Clinton ist die Junior Senatorin von New York, USA. Als Mitglied der Demokraten hat sie sich als Kandidatin für die Präsidentschaftswahlen 2008 beworben. Da sie mit dem 42. Präsident der USA verheiratet ist, war sie von 1993 bis 2001 die First Lady der USA.
5	Richard Cheney Dauer: 16s		Richard Bruce "Dick" Cheney ist der 46. und aktuelle Vizepräsident der USA. Als solcher ist er auch Präsident des US-Senats.






	Name	Bild	Dienstbeschreibung
6	Lindsey Graham Dauer: 11s		Lindsey Olin Graham ist ein amerikanischer Politiker aus South Carolina. Dort ist er aktuell Senior US-Senator und Mitglied der Republikaner-Partei.
7	Edward Kennedy Dauer: 11s		Edward Moore "Ted" Kennedy ist der Senior US-Senator von Massachusetts und Mitglied der Demokraten. Er ist der prominenteste lebende Angehörige der Kennedy-Familie.
8	Karl Rove Dauer: 18s		Karl Christian Rove war bis zu seinem Rücktritt am 31. August 2007 stellvertretender Stabschef von Präsident George W. Bush. Zum Zeitpunkt der Nachrichtenaufnahmen war er noch im Amt.
9	Charles Schumer Dauer: 15s		Charles Ellis "Chuck" Schumer ist seit 1999 der Senior US-Senator von New York und gehört zu den Demokraten. Im 2005 wurde er zum Vorsitzenden des Democratic Senatorial Campaign Committee gewählt.
10	Joseph Biden Dauer: 12s		Joseph Robinette Biden, Jr. ist amerikanischer Politiker, Mitglied der Demokraten aus Wilmington und amtierender US-Senator von Delaware. Biden ist aktuell von den Demokraten als Kandidat für das Amt des Vizepräsidenten bei den US-Präsidentenwahlen 2008 nominiert worden.

Tabelle 12: Deutsche Politiker sortiert nach Wichtigkeit

	Name	Bild	Dienstbeschreibung
1	Gerhard Schröder Dauer: 18s.		Gerhard Fritz Kurt Schröder ist ein deutscher SPD-Politiker. Von 1998 bis 2005 war er Bundeskanzler der Bundesrepublik Deutschland. Zuvor war er von 1990 bis 1998 Ministerpräsident des Bundeslandes Niedersachsen. Während der Nachrichtenaufnahmen war er noch als Bundeskanzler im Amt.
2	Angela Merkel Dauer: 12s.		Angela Dorothea Merkel ist eine deutsche CDU-Politikerin. Sie ist seit dem 10. April 2000 Bundesvorsitzende sowie seit dem 22. November 2005 Bundeskanzlerin der Bundesrepublik Deutschland. Während der Nachrichtenaufnahmen war sie noch nicht als Kanzlerin im Amt.
3	Franz Müntefering Dauer: 11s.		Franz Müntefering ist ein deutscher SPD-Politiker. Von 1998 und 1999 war er Bundesminister für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen, von 2002 bis 2005 Vorsitzender der SPD-Bundestagsfraktion und von 2004 bis 2005 auch Bundesvorsitzender der SPD. In dieser politischen Funktion war er auch während der Nachrichtenaufnahmen.
4	Joschka Fischer Dauer: 11s.		Joschka Fischer (Joseph Martin Fischer) ist ein deutscher Politiker (Bündnis 90/ Die Grünen). Er war vom 1. Januar 1999 bis zum 30. Juni 1999 Präsident des Rats der Europäischen Union und von 1998 bis 2005 Außenminister und Vizekanzler. In dieser politischen Funktion war er auch zum Zeitpunkt der Nachrichtenaufnahmen.
5	Hans Eichel Dauer: 17s.		Hans Eichel ist ein deutscher SPD-Politiker. Er war von 1975 bis 1991 Oberbürgermeister von Kassel, von 1991 bis 1999 Ministerpräsident des Landes Hessen, vom 1. November 1998 bis 23. April 1999 Bundesratspräsident, und von 1999 bis 2005 Bundesfinanzminister. In dieser politischen Funktion war er auch zum Zeitpunkt der Nachrichtenaufnahmen.

	Name	Bild	Dienstbeschreibung
6	Otto Schily Dauer: 10s.		Otto Georg Schily ist ein deutscher SPD-Politiker. 1980 war er Mitbegründer der Partei Die Grünen, trat November 1989 bei den Grünen aus, legte sein Bundestagsmandat nieder und wurde Mitglied der SPD. Von 1998 bis 2005 war er Bundesinnenminister. In dieser politischen Funktion war er auch zum Zeitpunkt der Nachrichtenaufnahmen.
7	Wolfgang Clement Dauer: 16s.		Wolfgang Clement war von 1997 bis November 2005 Mitglied im SPD-Bundesvorstand und von 1998 bis 2002 Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen. Von 2002 bis 2005 war er Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit. In diesem Amt war er auch zum Zeitpunkt der Nachrichtenaufnahmen.
8	Gregor Gysi Dauer: 10s.		Gregor Gysi ist ein deutscher Politiker (Die Linke). Er ist seit 2005 gemeinsam mit Oskar Lafontaine Fraktionsvorsitzender der Linksfraktion im Bundestag.
9	Jürgen Rüttgers Dauer: 11s.		Jürgen Rüttgers ist ein deutscher Politiker (CDU). Er ist seit 2005 Ministerpräsident von Nordrhein-Westfalen und war von 1994 bis 1998 Bundesminister für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie.
10	Horst Köhler Dauer: 11s.		Horst Köhler ist seit dem 1. Juli 2004 Bundespräsident der Bundesrepublik Deutschland. Er war bis zum 4. März 2004 Geschäftsführender Direktor des Internationalen Währungsfonds (IWF).

Tabelle 13: Arabische Politiker sortiert nach Wichtigkeit

	Name	Bild	Dienstbeschreibung
1	Ibrahim Al-Jaafari Dauer: 28s.		Ibrahim abd al-Karim Hamzah al-Ashaiqir al-Jaafari ist Schiit und war im Jahr 2004 einer der zwei Vizepräsidenten des Irak. Al-Jaafari ist der Hauptsprecher der Islamischen Dawa-Partei und war von Januar 2005 bis Mai 2006 in der irakischen Übergangsregierung der Premierminister des Irak. In diesem Amt war er auch zum Zeitpunkt der Nachrichtenaufnahmen.
2	Mahmoud Abbas Dauer: 15s.		Mahmoud Abbas ist ein palästinensischer Politiker und seit Januar 2005 ist Präsident der Palästinensischen Autonomiebehörde. Abbas ist einer der führenden Politiker in der palästinensischen Organisation Fatah. Von März bis Oktober 2003 war er bereits der erste Premierminister der Palästinensischen Autonomiebehörde.
3	Akbar Rafsanjani Dauer: 21s.		Akbar Hashemi Rafsanjani ist ein einflussreicher iranischer Politiker, der von 1989 bis 1997 Präsident des Iran war. Im Jahr 2005 hat er noch einmal für das Amt kandidiert und bei den Präsidentschaftswahlen im August 2005 gegen Mahmoud Ahmadinejad verloren.
4	Salam Fayyad Dauer: 27s.		Dr. Salam Fayyad ist ein palästinensischer Politiker, der seit Juni 2007 als Premierminister der Palästinensischen Autonomiebehörde amtiert. Bis zu seinem Amtsantritt war Fayyad Finanzminister der Palästinensischen Autonomiebehörde in der Fatah-Übergangsregierung des Jahres 2002.
5	Laith Kubba Dauer: 14s.		Laith Kubba ist ein irakischer Politiker und einer der Gründer des Irakischen Nationalkongress, wie auch im Jahr 1992 dessen Sprecher. In der Irakischen Regierung von 2005 war Kubba der offizielle Sprecher von Premierminister al-Jaafari. In diesem Amt war er auch zum Zeitpunkt der Nachrichtenaufnahmen.

	Name	Bild	Dienstbeschreibung
6	Muhammad Hosni Mubarak		Muhammad Hosni Mubarak ist ein ägyptischer Politiker und seit 1981 amtierender Präsident von Ägypten. Bevor er dieses Amt antrat, war er Vizepräsident der Republik Ägypten.
	Dauer: 26s.		
7	Sheikh Jabir Al Ahmad Al Jabir Al Sabah		Jabir Al Ahmad Al Jabir Al Sabah, Sheikh , ist der Herrscher von Kuwait und hat schon im sehr frühen Alter eine führende Rolle in der Kuwaitischen Politik gespielt. Bevor er Herrscher wurde, war er von 1962-63 Premier- und Finanzminister und 1963-65 Wirtschafts- und Finanzminister von Kuwait.
	Dauer: 18s.		
8	Émile Lahoud	 <small>Emile Lahoud</small>	Émile Lahoud ist ein libanesischer Politiker und war von 1998 bis 2007 der Präsident des Libanon. In diesem Amt war er auch zum Zeitpunkt der Nachrichtenaufnahmen.
	Dauer: 10s.		
9	Michel Naim Aoun		Michel Naim Aoun ist ein libanesischer Politiker und General. In September 1988 wurde er beauftragt eine militärische Übergangsregierung aufzustellen. Vom 22. September 1988 bis 13. Oktober 1990 war er Premierminister und amtierender Präsident einer der zwei gegnerischen Regierungen des Libanon. Aoun ist aktuell ein Mitglied des libanesischen Parlaments.
	Dauer: 10s.		
10	Hoshiyar Mahmud Muhammad al-Al-Zibari		Hoshiyar Mahmud Muhammad al-Al-Zibari ist der Außenminister der Irakischen Regierung.
	Dauer: 12s.		

*die Quellen der verwendeten Bilder und Informationen aller drei Kulturen sind aus dem Online-Quellen-Verzeichnis zu entnehmen

3.2.2.3 Kodierprozess und Plattform

Nach der Auswahl der 30 Politiker (10 Pro Kultur) und der für die Untersuchung geeigneten Nachrichtenauftritte, wurden diese mit Hilfe einer innovativen Methode aufbereitet und kodiert. Hierbei wurde ein im Rahmen des DFG-Projektes „Nonverbale Kommunikationspolitiken in der Individual- und Massenkommunikation: Ein Kulturvergleich zwischen den USA, Deutschland und den Vereinigten Arabischen Emiraten“ entwickeltes Verfahren angewendet. Die Methode basiert auf einem speziellen Zusatzfeature – Plug-in. Dieses wurde in interdisziplinärer Zusammenarbeit unter Berücksichtigung psychologischer, medienwissenschaftlicher und technischer Grundlagen entwickelt und in das computergestützte Animationstool Alias MotionBuilder® 7.5.2 implementiert. Das so definierte Programm ermöglichte, ausgewählte Videodateien einzuladen und das nonverbale Verhalten der auf Video aufgezeichneten Person auf eine virtuelle Figur zu übertragen. Die Übertragung geschah, indem der Avatar manuell in die gleiche Position gebracht wurde, um mit 5 Frames pro Sekunde die genaue Bewegung der aufgezeichneten Person auszuführen. Durch das Animieren der Avatar-Sequenzen wurden im Backend des Programms die Bewegungsprotokolle numerischer Form gespeichert. Zum einen wurde dadurch das Rendern der fertigen Animationsvideos ermöglicht, die später als Stimulusmaterial in der Wahrnehmungsstudie eingesetzt werden sollten. Zum anderen konnten die Bewegungsprotokolle aus dem Programm exportiert und weiterverarbeitet werden, um die Grundlage für (1) Auswertung und Vergleich des parametrischen Face-ism-Index und (2) die objektive Strukturanalyse des nonverbalen Verhaltens von Politikern unterschiedlicher Abstammung zu schaffen.

Die Oberfläche des Programms konnte benutzerdefiniert festgelegt werden und zwei Fenster gleichzeitig abbilden. So konnte das Originalvideo und ein zweites Nebenfenster mit der Animation parallel zum Video dargestellt werden.

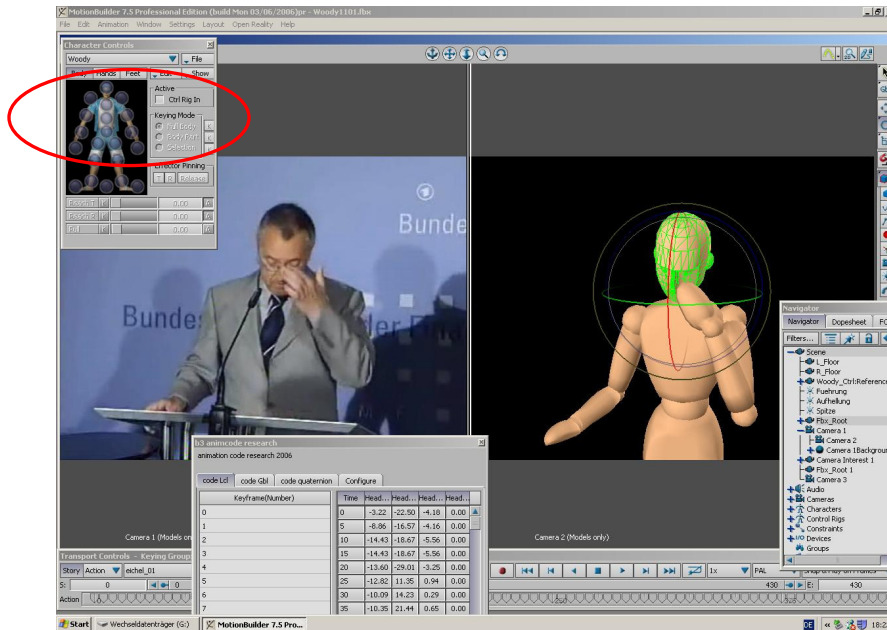


Abbildung 9: Kodierplattform Alias MotionBuilder® 7.5.2 mit benutzerdefinierter Oberfläche

Auswahl links: Character Controls

Der reduzierte¹⁴ virtuelle Avatar, dessen einzelne Gliedmaßen definiert sind, wurde im dreidimensionalen Raum nach der Ausgangsposition (Frame 1) des Politikers ausgerichtet. Im Laufe des Kodierprozesses konnte der Kodierer Körperteile des Politikers, die sich von einem Frame zum anderen bewegt haben, in den Character Controls des Avatars (s. Abbildung 9) auswählen und somit aktivieren. Die körperlichen Bewegungen konnten dann mit dem Avatar Frame für Frame präzise simuliert werden. Das Animieren von einer Minute Videomaterial mit 5 Frames pro Sekunde nahm 200 Minuten Kodierzeit in Anspruch. Somit entstanden insgesamt für das präsentierte Material 1 400 Minuten Kodieraufwand. Die fertig animierten Sequenzen hatten die identische Länge wie die Originalsequenzen, beinhalteten jedoch ausschließlich den Avatar des jeweiligen Politikers und keine weiteren kontextuellen Merkmale wie Rednerpult, Kleidung, Hintergrundbilder etc. Abbildung 10 stellt jeweils ein Beispiel eines Politikers pro Kultur (George Bush/ USA, Gerhard Schröder/ Deutschland und Hosni Mubarak/ Arabische Welt) mit seinem Avatar zum gleichen Zeitpunkt dar.

¹⁴ In der Plattform konnten unterschiedliche Modelle ausgewählt werden. Aufgrund der Fragestellung dieser Arbeit wurde ein reduziertes, kulturfreies und geschlechtsneutrales Modell ausgewählt.

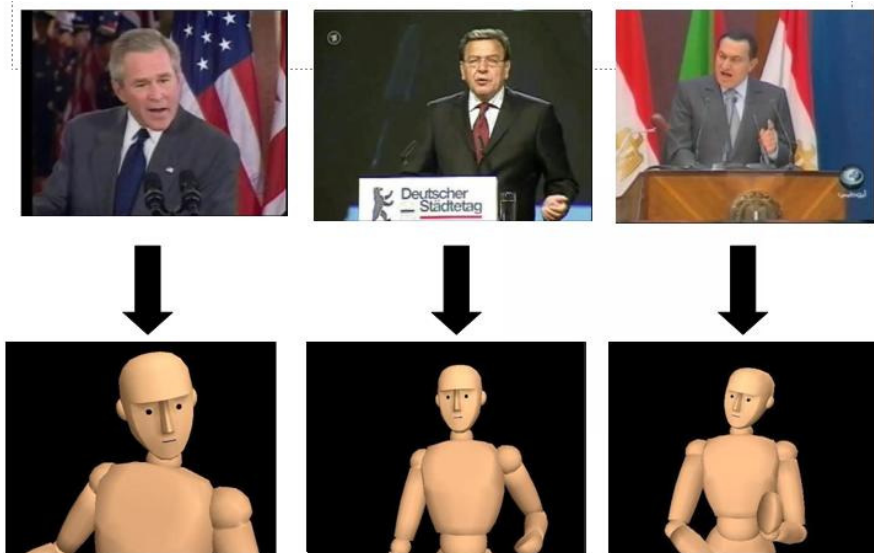


Abbildung 10: Originalsequenzen und die entsprechenden Avatare.

Von links nach rechts: G. W. Bush (USA); G. Schröder (DE); H. Mubarak (AW)

3.2.2.4 Parametrische Auswertung von Face-ism-Index und Strukturanalyse

Die parametrische Auswertung der Gesichtsprominenz erfolgte aus den animierten Daten und wurde daher als Teil der Strukturanalyse betrachtet. Ziel der Strukturanalyse war die Inszenierungstechnik und das Verhalten objektiv und numerisch vergleichbar zu machen. Aus den erst kodierten und dann exportierten Datenprotokollen aller 30 politischen Stimuli wurden mit Hilfe speziell entwickelter Software (PARAGANOS, vgl. Abbildung 11) Verhaltensparameter in Zeitreihen extrahiert. Mit Hilfe eines weiteren Programms (NVB-Lab, vgl. Abbildung 13) konnte eine Verlaufsanalyse für einzelne Parameter durchgeführt werden sowie statistische Kennwerte für die Verhaltensmerkmale berechnet werden. Diese bezogen sich zum einen auf explizite und klar unterscheidbare Parameter wie z.B. eindimensionale Kopfbewegungen, zum anderen auf mehrdimensionale subtile Bewegungsmuster wie z.B. die Expansivität oder auch die allgemeine Bewegungsaktivität über verschiedene Körperteile hinweg.

Für die Erhebung der medialen Inszenierungstechnik und des nonverbalen Verhaltens von politischen Machträgern sind die folgenden Parameter als relevante Messgrößen definiert worden: (1) der Face-ism-Index (Abbildungsgröße des Kopfes), der sich über die mathematische Relation von Kopf zum abgebildeten Körper definiert (s. Abbildung 12); (2) die soziale Orientierung des Kopfes (die Rotation des Kopfes – sieht der Politi-

ker in die Kamera, zum Publikum oder zum Reporter), die sich über die mathematische Abweichung des Kopfes zu der Kamera definiert; (3) die Expansivität der Arme, die sich über die mathematische Abweichung der Arme und Hände zur Brust definiert; (4) Parameter bezüglich der Bewegungsaktivität des Politikers. Sie geben an wie viele Körperteile des im Bild abgebildeten Oberkörpers gleichzeitig in Bewegung gesetzt worden sind.

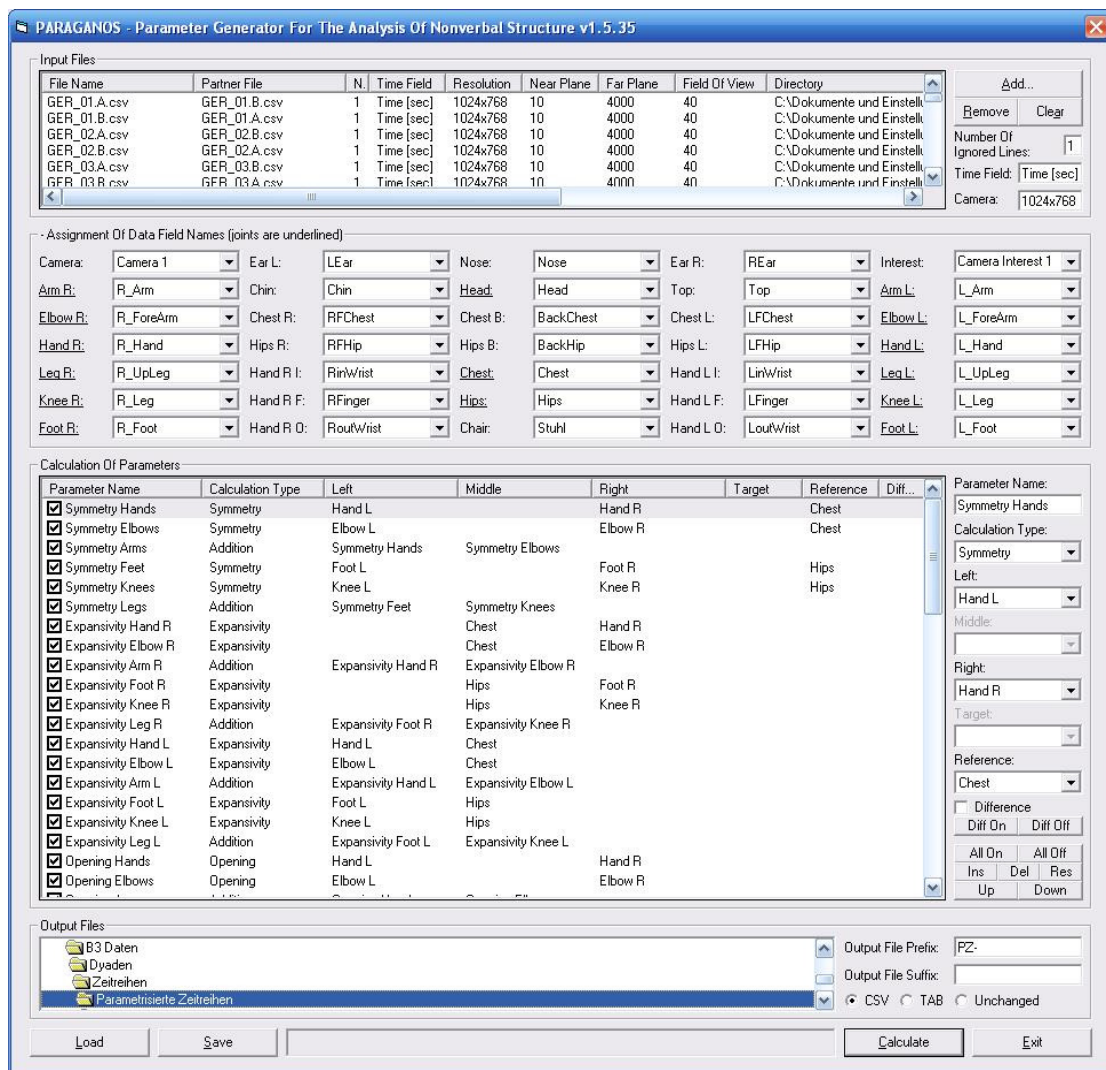


Abbildung 11: PARAGANOS: Parameter generator for analysis of nonverbal structure

Abbildung 11 stellt PARAGANOS, das Programm zur komplexen Verarbeitung von extrahierten nonverbalen Protokollen, dar. Durch PARAGANOS können einzelne Parameter für eine detaillierte Analyse sowohl separat als auch zusammen ausgewertet

werden. Die Software bietet darüber hinaus die Möglichkeit aus den Datenprotokollen der kodierten Politiker einen Face-ism-Index für die massenmediale Darstellung des abgebildeten Politikers zu extrahieren (vgl. Leuschner & Bente, in Vorbereitung).

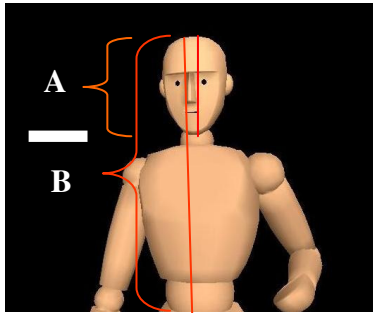


Abbildung 12: Face-ism-Index

Der so genannte Face-ism-Index (Archer et al. 1978, 1983) wird in der vorliegenden Arbeit objektiv mit PARAGANOS berechnet und setzt sich aus der Relation der abgebildeten Kopfgröße (A) zur abgebildeten Körpergröße (B) zusammen (vgl. Abbildung 12).

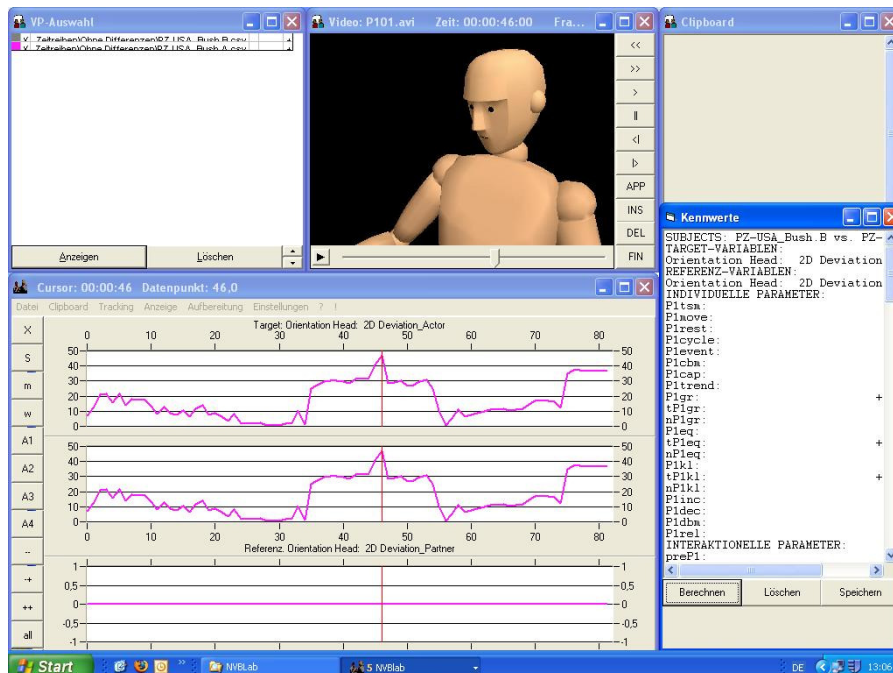


Abbildung 13: NVB-Lab: Programm zur Extraktion statistischer Kennwerte und Verlaufsanalyse nonverbaler Verhaltensparameter.

Abbildung 13 stellt das Programm NVB-Lab dar. Mit Hilfe dieser Software werden die zuerst durch PARAGANOS bestimmten Parameter in Protokollen weiter verarbeitet. Diese Protokolle ermöglichen sowohl eine Verlaufsanalyse der Verhaltensdaten als auch die Weiterverarbeitung und Vorbereitung zur statistischen Auswertung. Als Endprodukt dieser Softwares werden nach spezifischer Datenverarbeitung SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) kompatible Daten produziert. Somit können weiterhin die Daten auf statistisch signifikante Differenzen bezüglich einzelner Parameter überprüft werden.

3.2.2.5 Zweite Datenerhebung: Wahrnehmungsstudie

Die Datenerhebung zur Wahrnehmung von politischen Machttägern wurde an einer Universität in jedem der drei ausgewählten Länder/ Regionen durchgeführt. Im Mai 2007 wurde die Wahrnehmungsstudie an der University of California Santa Barbara in den USA, im Juni 2007 an der Universität zu Köln in Deutschland und im Februar 2008 an der American University of Sharjah in den Vereinigten Arabischen Emiraten durchgeführt.

Stichprobe

An der Untersuchung nahmen 70 amerikanische, 71 deutsche und 71 arabische Studierende lokaler Herkunft mit einem Durchschnittsalter von 21.38 Jahren ($SD = 4.16$) teil.

Tabelle 14: Wahrnehmungsstudie – Verteilung der Teilnehmer

	USA		Deutschland		VAE		Gesamt
	m	w	m	w	m	w	
Bedingung 1	12	12	12	12	11	12	71
Bedingung 2	11	13	11	13	12	12	72
Bedingung 3	11	11	12	11	12	12	69
Gesamt	70		71		71		212

Darunter waren 108 weibliche und 104 männliche Teilnehmer, die ausbalanciert auf drei Bedingungen verteilt wurden. Tabelle 14 stellt einen Überblick über die Verteilung der Teilnehmer auf die drei Bedingungen dar. Die Bedingungen werden im folgenden Abschnitt erläutert.

Stimuli und Design

Die mikroanalytische Studie wurde konstruiert um zentralen Fragen der medialen Machtinszenierung nachzugehen. Neben der Untersuchung von interkulturellen Unterschieden bei der Größenabbildung und deren Wahrnehmung, wurden Fragen über die Wahrnehmung von medial inszeniertem Verhalten gestellt. Insbesondere sollten Hinweise gefunden werden, die den Einfluss stereotyper Aktivierungsinformation, wie auch die Zuschreibung von Kulturwerten, näher beleuchten. Diesbezüglich wurden drei Bedingungen konstruiert. Diese umfassten sowohl die animierten Sequenzen mit den Avataren der gezeigten Politiker als auch die Realvideosequenzen ohne Ton. In Bezug auf die Fragestellungen und Hypothesen wurde die experimentelle Variation der Stimuli folgendermaßen durch drei Bedingungen operationalisiert: (1) Bedingung 1 enthielt lediglich die Avatar-Sequenzen ohne jegliche Vorinformation; (2) Bedingung 2 stellte die Avatar-Sequenzen mit der Vorinformation über die Herkunft der jeweiligen Politiker dar und (3) Bedingung 3 präsentierte die Realvideosequenzen dieser politischen Stimuli ebenfalls mit Vorinformation.

In den USA und Deutschland haben die Versuchspersonen alle 30 Stimuli in der entsprechenden Bedingung gesehen und bewertet. In den Vereinigten Arabischen Emiraten wurden aufgrund der eingeschränkten Belastbarkeit der Teilnehmer anstatt zehn lediglich fünf Sequenzen pro Kultur präsentiert. Als Auswahlkriterium wurde der Rankingplatz eingesetzt und die fünf mächtigsten Politiker pro Land gezeigt: (1) amerikanische Politiker: Bush, Rumsfeld, Rice, Clinton Cheney; (2) deutsche Politiker: Schröder, Merkel, Müntefering, Fischer, Eichel; (3) arabische Politiker: Al-Jaafari, Abbas, Rafsanjani, Fayyad, Kubba. Ausschließlich die Daten dieser 15 konnten bei der Wahrnehmung im Kulturvergleich später ausgewertet werden.

Fragebogenkonstruktion

Der Fragebogen zur Personenwahrnehmung bestand aus einem semantischen Differential und einem Fragebogen zur Zuschreibung von Werten. Das Differential bestand aus 36 bipolaren Eigenschaften mit einer Antwortmöglichkeit von -3 bis + 3. Als Grundlage diente die Skala von McCroskey und Jenson (1975), die zur Eindrucksbildung aus massenmedialen Nachrichtenquellen konstruiert wurde. Dazu wurden Items aus unterschiedlichen Instrumenten integriert, die sich auf die zentralen Dimensionen der Eindrucksbildung beziehen: Dominanz, Evaluation, Aktivität, Entspannung und Kompetenz (vgl. Krämer, 2001; McCroskey & Jenson, 1975; Osgood, 1969). Zusätzlich wurde ein Fragebogen zur Einschätzung von Individualismus/ Kollektivismus-Werten (vgl. Chan, 1994) vorgelegt. Die Fragebögen in der Bedingung 1 (ohne Vorinformation) enthielten zusätzlich die Frage nach der Herkunft des jeweiligen Politikers. Im Gegensatz dazu erhielten die beiden anderen Bedingungen die Frage, wie typisch sich der jeweilige Politiker für seine Herkunft verhalten hat? Eine Vorlage der deutschen Version der angewandten Instrumente ist aus dem Anhang zu entnehmen. Die Instrumente wurden von professionellen Übersetzern ins Deutsche, Englische und Arabische übersetzt. Die Fragebögen wurden den Teilnehmern in ihrer Muttersprache vorgelegt.

Ablauf

Die Untersuchung verlief in kleinen Gruppen mit bis zu 12 Teilnehmern, die einer der drei Versuchsbedingungen zugeteilt wurden. Nach kurzer Instruktion über den Ablauf der Untersuchung und Einleitung für den Umgang mit den Fragebögen, wurden den Rezipienten die Animationssequenzen bzw. die Realvideosequenzen nacheinander in einer randomisierten Reihenfolge präsentiert. Nach jeder Sequenz wurde die Präsentation gestoppt und den Teilnehmern drei Minuten Zeit gelassen, um die Bewertungen der gesehenen Sequenz auf einem Fragebogen schriftlich abzugeben. Nachdem alle in der Gruppe ihre Eindrücke festgehalten haben, wurde mit dem nächsten Video fortgefahren. Die Untersuchung hat somit ca. 1,5 Stunden in Anspruch genommen. In den Vereinigten Arabischen Emiraten nahm die Untersuchung aufgrund der eingeschränkten Belastbarkeit und trotz Reduzierung des Stimulusmaterials (Verlängerung der Ausfüllzeit) die gleiche Zeit in Anspruch. In allen Ländern wurden die Rezipienten für Ihre Teil-

nahme in einer Höhe von etwa 20 Euro¹⁵ vergütet. Nach der Untersuchung wurden die Teilnehmer bezahlt, verabschiedet und erst dann über die genauen Fragestellungen der Studie informiert.

¹⁵ In den Vereinigten Arabischen Emiraten haben die Teilnehmer Mittagessen-Gutscheine in der gleichen Höhe bekommen, da von den ethischen Konventionen vor Ort eine direkte Geldvergütung untersagt wurde.

3.2.3 Ergebnisse Studie II

In diesem Abschnitt werden in Bezug auf die Forschungsfragen und Hypothesen (Kapitel 3.2.1) die Ergebnisse der mikroanalytischen Studie auf drei Ebenen erläutert: (1) Zuerst wird die zentrale Frage dieser Arbeit beantwortet, ob die politischen Machttträger einen unterschiedlichen Face-ism-Index in der medialen Inszenierung zwischen Kulturen aufweisen. (2) Im darauf folgenden Abschnitt wird die Rezeption näher betrachtet. (2a) Zunächst werden die theoriegeleiteten Hypothesen zur Wirkung eines unterschiedlichen Face-ism-Index überprüft. Im Speziellen wird die Dominanz-, Kompetenz- und Sympathiezuschreibung bei Politikern mit einem hohen vs. niedrigen Face-ism-Index analysiert. Dabei wird zusätzlich untersucht, ob eine Vorinformation über die kulturelle Zugehörigkeit (stereotype Information) bei der Personwahrnehmung einen signifikanten Einfluss hat. (2b) Es wird weiterhin verfolgt, ob sich in Abhängigkeit der Kulturzugehörigkeit bei der Wahrnehmung von Dominanz, Sympathie und Kompetenz systematische Unterschiede aufdecken lassen. (2c) Im Spezifischen werden theoriegeleitete Kulturunterschiede bei der Zuschreibung von Kulturwerten in den Dimensionen Individualismus vs. Kollektivismus erwartet. Auch diesbezüglich wird anschließend der Einfluss stereotyper Information betrachtet. (3) Abschließend werden die strukturanalytischen Parameter verwendet, um damit zu überprüfen, ob die gefundenen Differenzen mit Unterschieden im nonverbalen Verhalten zusammenhängen.

3.2.3.1 Das Phänomen Face-ism als medialer Darstellungsmodus

Um die dritte Forschungsfrage zu beantworten (vgl. Kap. 2.5.2) werden zunächst die Berechnung der medialen Darstellung im Sinne der Kopfabbildungsgröße jedes Politikers und die statistische Analyse zum Vergleich zwischen den Kulturen beschrieben.

Aus jeder animierten Sequenz¹⁶ aller 30 animierten politischen Stimuli wurde mit Hilfe der Extraktionssoftware PARAGANOS (s. Abbildung 11) der Face-ism-Index jeweils für die fünf kodierten Frames pro Sekunde extrahiert. Auf diese Art und Weise wurden

¹⁶ jede kodierte Sequenz entsprach einer natürlichen Nachrichtensequenz

detaillierte Verlaufsprotokolle für den Face-ism-Wert eines jeden Politikers erstellt (s. Abbildung 14, 15, 16). Um die Kopfgröße zwischen den politischen Machträgern objektiv vergleichen zu können, wurde jedes Datenprotokoll zu einem Mittelwert komprimiert. Somit entstand ein Face-ism-Wert pro Politiker (10 Werte pro Land), der in der One-Way-ANOVA als abhängige Variable in Relation zum Faktor Herkunftsland (als unabhängige Variable) auf signifikante Unterschiede überprüft wurde. Die inferenzstatistische Analyse ergab keine signifikanten Kulturunterschiede in der dargestellten Gesichtsprominenz, $F(2, 29) = .018, p = .98, n.s.$ (vgl. Tabelle 15). Die Verlaufskurven der einzelnen Politiker pro Kultur sind aus den Abbildungen 14 für die USA, 15 für Deutschland und 16 für die arabische Welt zu entnehmen.

Tabelle 15: Face-ism Durchschnittswerte in Prozent

	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	Minimum	Maximum
Amerikanische	10	49.20	9.23	25.02	56.91
Deutsche	10	48.56	15.79	31.09	74.09
Arabische	10	49.57	10.71	33.50	70.09
Gesamt	30	49.11	11.81	25.02	74.09

Darüber hinaus wurde der Frage nachgegangen, ob eine unterschiedliche mediale Darstellung (größere Abbildung des Kopfes vs. kleinere Abbildung des Kopfes) einen Einfluss auf die Wahrnehmung der inszenierten Person hat. Diesbezüglich wurden die politischen Stimuli anhand der Mittelwerte via Mediansplitt (*Median* = 48.02, *N* = 30) in zwei Gruppen aufgeteilt. Die Stimuli mit einem Mittelwert über dem Median wurden der Gruppe mit hohem Face-ism-Index (Gruppe A) zugeordnet, während die Stimuli mit einem Mittelwert unterhalb des Medians dem niedrigen Face-ism-Index (Gruppe B) zugeteilt wurden. Somit flossen die Stimuli folgendermaßen in die Gruppen mit ein: Gruppe (A) Rumsfeld, Bush, Cheney, Clinton, Schumer, Kennedy, Graham, Biden, Fischer, Müntefering, Rüttgers, Rafsanjani, Abbas, Al Sabah und Aoun; Gruppe (B) Rice, Rove, Schröder, Merkel, Eichel, Clement, Schily, Köhler, Gysi, Kubba, Al-Jaafari, Fayyad, Al-Zibari, Lahoud und Mubarak.

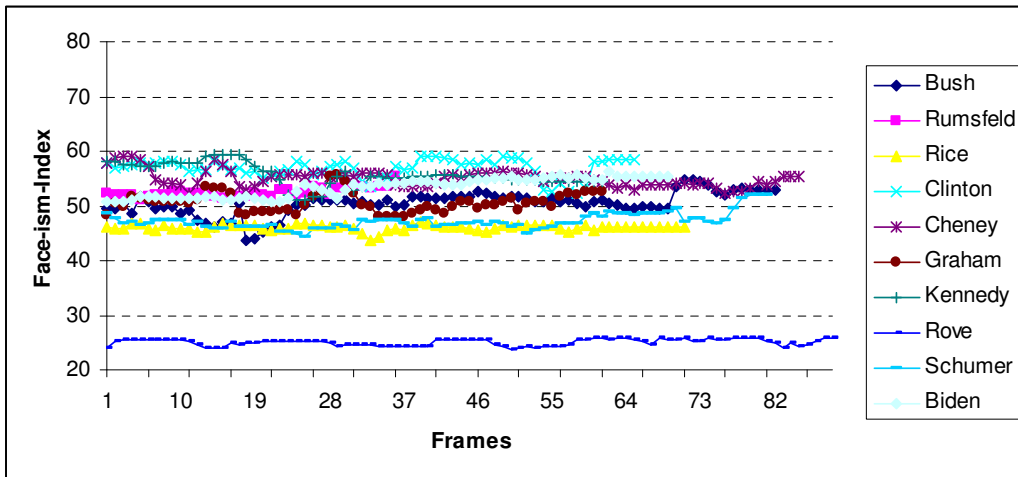


Abbildung 14: Verlaufskurve Face-ism-Index amerikanischer Politiker

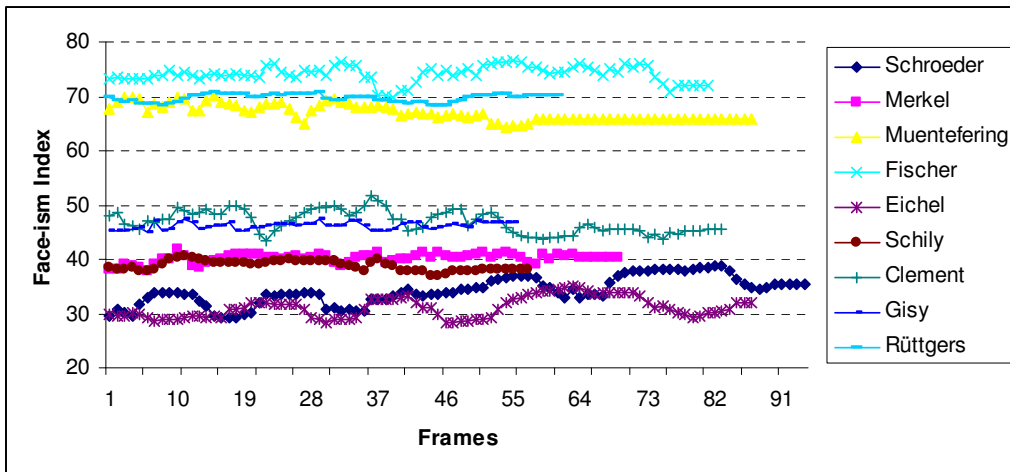


Abbildung 15: Verlaufskurve Face-ism-Index deutscher Politiker

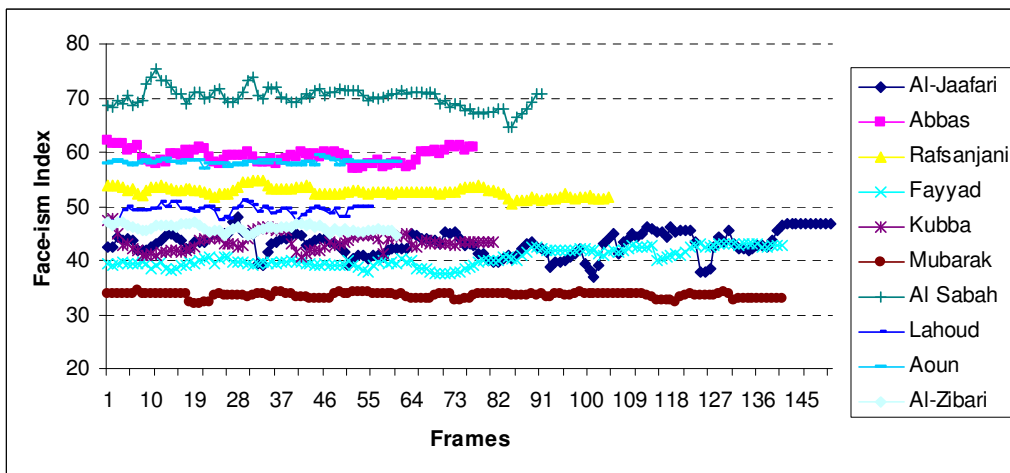


Abbildung 16: Verlaufskurve Face-ism-Index arabischer Politiker

3.2.3.2 Wirkung von medial inszenierten politischen Machträgern im Kulturvergleich

Im folgenden Abschnitt werden die Beantwortung der Fragestellungen und Überprüfung der Hypothesen auf der zweiten mikroanalytischen Ebene dargestellt. Zunächst wird die Faktorstruktur des angewendeten Instrumentes zur Personwahrnehmung überprüft. Daraus werden die mit diesem Instrument erfassten abhängigen Variablen zu der 2a Ebene (in Kapitel 3.2.3.2.1) und der 2b Ebene (in Kapitel 3.2.3.2.2) abgeleitet. Die 2c Ebene wurde mit einem separaten Instrument erfasst und wird darauf folgend im Kapitel 3.2.3.2.3 erläutert.

Faktorenanalyse und Skalenüberprüfung

Die Struktur des vorgelegten und aus mehreren Instrumenten konstruierten semantischen Differentials zur Einschätzung der Personwahrnehmung wurde mittels einer Faktorenanalyse für die in den drei Ländern gezeigten 15 Stimuli (5 lokale Politiker pro Kultur) über die 212 Teilnehmer hinweg überprüft. Anhand des Screenplots wurde eine vier-faktorielle Lösung zugrunde gelegt. Aus der Varimax-rotierten Komponentenmatrix waren zwei Items herauszunehmen, die keine eindeutige oder eine sehr niedrige Ladung auf die Faktoren vorweisen konnten. Das Item „flexibel – starr“ lud mit $r = .17$ sehr niedrig auf den dritten Faktor und das Item „maskulin – feminin“ mit $r = .18$ auf Faktor 3, mit $r = .22$ auf Faktor 1, mit $r = .30$ auf Faktor 2 und mit $r = .11$ auf Faktor 4. Deshalb mussten sie aus den weiteren Analysen ausgeschlossen werden. Die endgültige Faktorstruktur und die entsprechenden Item-Ladungen sind der Tabelle 16 zu entnehmen. Faktor 1 wurde aufgrund der Skalenstruktur mit elf Items „Kompetenz/ Vertrauen“ oder dispositionale Persuasivität genannt (Cronbachs $\alpha = .83$). Jeweils neun Items luden über $r = .40$ auf dem zweiten und dem dritten Faktor. Faktor 2 erhielt die Bezeichnung „Sympathie/ Freundlichkeit“ (Cronbachs $\alpha = .50$) und Faktor 3 „Extraversion/ Dominanz“ oder kommunikative Persuasivität (Cronbachs $\alpha = .46$). Faktor 4 beinhaltete vier Items und wurde „Entspannung“ genannt (Cronbachs $\alpha = .46$).

Tabelle 16: Rotierte Komponentenmatrix und die entsprechenden Ladungen auf die Faktoren

Item	Faktor			
	Kompetenz	Sympathie	Dominanz	Entspannung
qualifiziert - unqualifiziert	.768			
fachmännisch- unfachmännisch	.748			
inkompetent- kompetent	-.717			
unwissend- sachkundig	-.695			
gebildet- einfach	.649			
wertvoll- wertlos	.637			
glaubwürdig- unglaubwürdig	.563			
schwach- stark	-.559			
unzuverlässig- zuverlässig	-.552			
grausam- gütig		.774		
unfreundlich- freundlich		.770		
kühl- warmherzig		.751		
teilnahmslos- mitfühlend		.727		
sympathisch- unsympathisch		-.715		
selbstsüchtig- selbstlos		.695		
sündhaft- tugendhaft		.560		
respektvoll- respektlos		-.531		
reizbar- gutmütig		.507		
lebhaft- still			.721	
redelustig- wortkarg			.703	
gesprächig- schweigsam			.702	
extravertiert- introvertiert			.681	
dynamisch- statisch			.660	
schüchtern- dreist			-.625	
passiv-aktiv			-.611	
dominant- unterwürfig			.570	
selbstsicher- unsicher			.561	
gesellig- ungesellig			.551	
heiter- bedrückt			.488	
zurückhaltend- aggressiv			-.464	
unruhig- ruhig				.765
angespannt- entspannt				.723
gelassen- nervös				-.498
gefasst- erregt				-.480
Erklärte Varianz in Prozent	28.36	14.67	7.0	4.21
Kumulierte Varianz	28.36	42.98	49.98	54.19

Anmerkung: Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse, Rotationsmethode: Varimax
Unterdrückung der Werte unter .40

3.2.3.2.1 Wahrnehmung von politischen Machträgern in Abhängigkeit unterschiedlicher medialer Darstellung

Face-ism und die Wahrnehmung von Dominanz

Die Wahrnehmung von Dominanz wurde zunächst in Abhängigkeit von der abgebildeten Kopfgröße untersucht. Es wurde hier erwartet, dass Politiker mit einem hohen Face-ism-Index als dominanter wahrgenommen werden als Politiker mit einem niedrigen Face-ism-Index (Hypothese 3). Die inferenzstatistische Analyse wurde aufgrund der Faktorheterogenität sowohl auf Faktorniveau als auch auf Itemniveau durchgeführt. Auf Faktorniveau wurden zunächst die Faktorwerte des umgepolten Faktors Extraversion/Dominanz (s. Tabelle 16) für die dichotomisierte Variable Face-ism-Index der gezeigten Politiker (hoch vs. niedrig) berechnet. Die 15 präsentierten politischen Stimuli wurden wie folgt auf die zwei Gruppen verteilt: A) Hoher Face-ism-Index – Rumsfeld, Bush, Cheney, Clinton, Fischer, Müntefering, Rafsanjani und Abbas und B) Niedriger Face-ism-Index – Rice, Schröder, Merkel, Eichel, Kubba, Al-Jaafari und Fayyad. Jeder Rezipient hat in der konstruierten Versuchsanordnung alle 15 Stimuli gesehen und beurteilt. Dabei waren sie wiederholt und durchmischt sowohl hohen als auch niedrigen Abbildungsgrößen ausgesetzt. Vor diesem Hintergrund wurde hier eine 2x3x3 Varianzanalyse mit einem Messwiederholungsdesign herangezogen. Als Faktor innerhalb der Rezipienten wurde der dichotomisierte Faktor Face-ism-Index in Bezug auf Dominanz in die Analyse mit hereingenommen.

Tabelle 17: Verteilung der Rezipienten auf die Zwischensubjektfaktoren

Faktor	Ausprägung		N
Erhebungsland	1	USA	70
	2	Deutschland	71
	3	Vereinigte Arabische Emirate	71
Bedingung	1	ohne Vorinfo	71
	2	mit Vorinfo	72
	3	Realvideo	69

Als Faktoren zwischen den Rezipienten wurden der Faktor Erhebungsland (mit drei Abstufungen: USA, Deutschland und Vereinigte Arabische Emirate) und der Faktor Bedingung (mit drei Abstufungen: Animation mit Vorinformation, Animation ohne Vorinformation und reale Nachrichtensequenzen) analysiert. Die Verteilung der Rezipienten auf die Zwischensubjektfaktoren ist aus Tabelle 17 zu entnehmen.

Die Varianzanalyse ergab einen signifikanten Haupteffekt für Face-ism und die Wahrnehmung von Dominanz innerhalb der Rezipienten, $F(1, 203) = 65.05$, $p < .001$, $\eta^2 = .24$. Daraus folgend wurde ein hoher Face-ism-Wert ($M = .12$, $SD = .39$) mit mehr Dominanz und ein niedriger Face-ism-Wert mit weniger Dominanz ($M = -.14$, $SD = .37$) assoziiert. Ein signifikanter Haupteffekt ergab sich auch zwischen den Teilnehmern für die unabhängige Variable Erhebungsland, $F(2, 203) = 4.02$, $p < .01$, $\eta^2 = .02$. Dabei zeigten die post hoc paarweisen Vergleiche keine Signifikanzen.

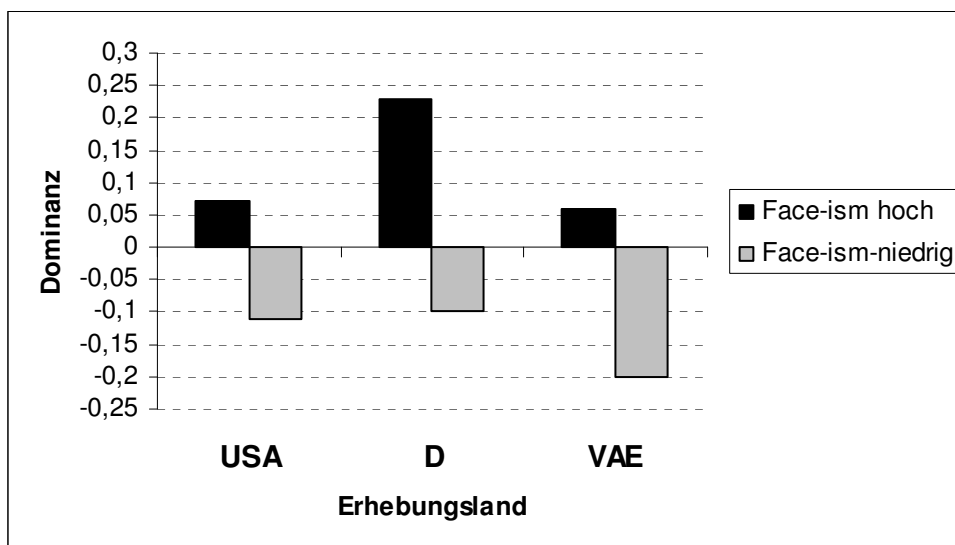


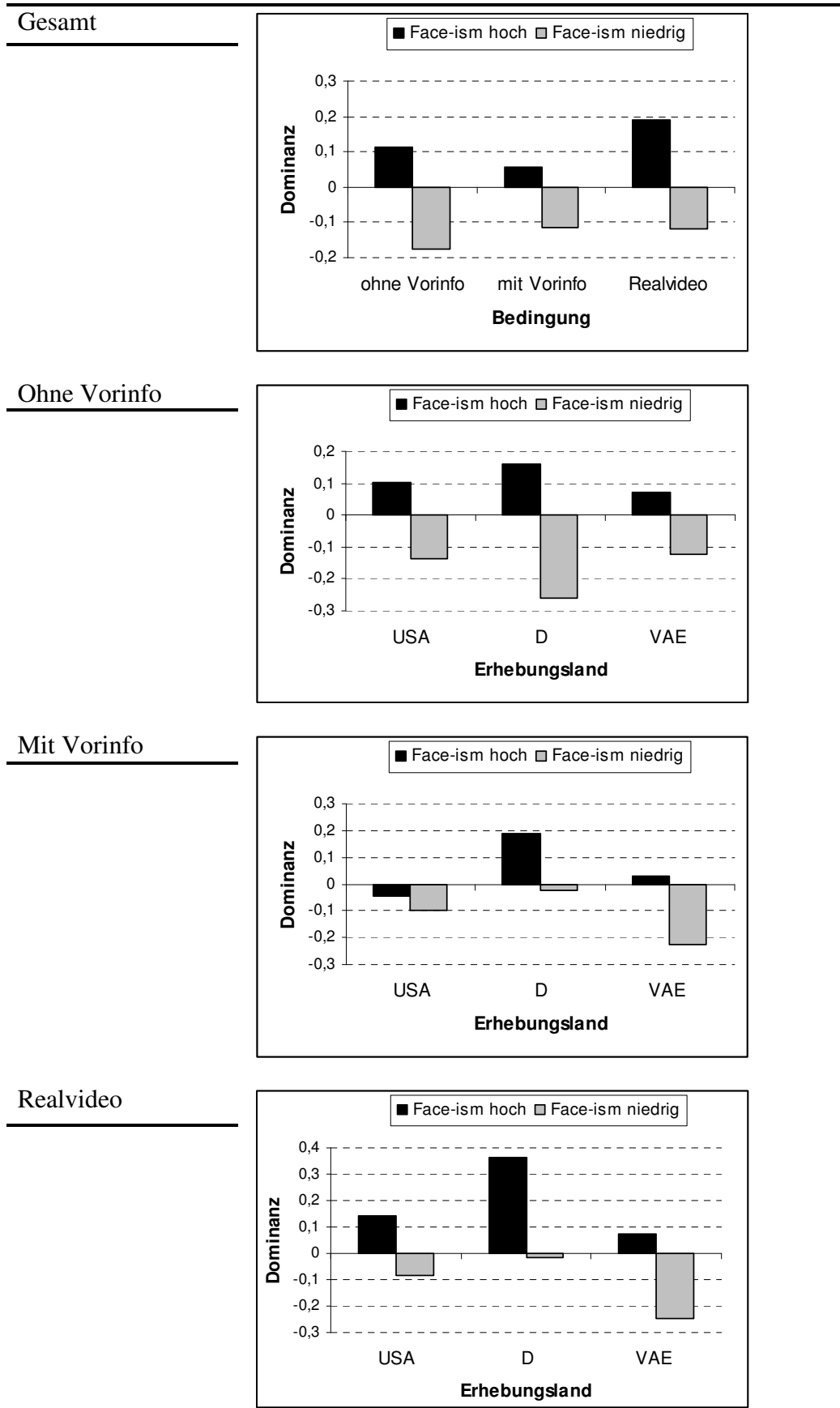
Abbildung 17: Wahrnehmung von Dominanz und Face-ism-Effekt nach Erhebungsland

Bezüglich der Frage nach dem Einfluss von stereotyper Vorinformation auf die Zuschreibung von Dominanz in Abhängigkeit von Face-ism (Forschungsfrage 4) wurde hier auch die Analyse unterteilt nach Bedingung 1 bis 3 vorgenommen. In den USA und den Vereinigten Arabischen Emiraten waren bezüglich der unterschiedlichen visuellen und schriftlichen Informationen in den drei Bedingungen keine signifikanten Differenzen in der Wahrnehmung von Dominanz und Face-ism zu erkennen. In Deutschland

dagegen bewerteten die Versuchspersonen die gezeigten Politiker in der Realvideo-Bedingung (Bedingung 3) als signifikant dominanter als deren Animationen in der Bedingung ohne jegliche Vorinformation (Bedingung 1), $F(1, 68) = 3.47, p < .05, \eta^2 = .09$. Dabei ergab sich zwischen Face-ism und Bedingung keine signifikante Interaktion.

Tabelle 18 stellt die Mittelwerte pro Land und Bedingung für die Dominanzzuschreibung in Abhängigkeit der unterschiedlichen Kopfgröße.

Tabelle 18: Dominanzwahrnehmung in Bezug auf hohen oder niedrigen Face-ism-Index (auf Faktorniveau)



Aufgrund der Heterogenität des Faktors Extraversion/ Dominanz wurden zusätzlich die Ergebnisse auf der Itemebene „dominant – unterwürfig“ überprüft. Da bei dem semantischen Differential eine Antwortmöglichkeit von -3 bis +3 angeboten wurde, und diese später in eine Likertskala mit entsprechenden Werten von dominant =1 (-3) bis unterwürfig = 7 (+3) umgewandelt wurde, wurde zunächst die Ausprägung umgepolt werden. Nach Durchführung der Umpolung entsprachen die höheren Werte einer Wahrnehmung von größerer Dominanz und die niedrigen Werte eher größerer Unterwürfigkeit.

Auch hier wurde eine inferenzstatistische Varianzanalyse mit demselben 2x3x3-Messwiederholungsdesign gerechnet. Der Innersubjektfaktor Face-ism-Index wurde wie oben beschrieben formiert und floss mit den zwei Ausprägungen hoch vs. niedrig mit ein, wobei die zwei Zwischensubjektfaktoren mit jeweils drei Ausprägungen (Erhebungsland und Bedingung, s. oben) in die Analyse als unabhängige Variablen mit herein genommen wurden. Die Varianzanalyse konnte die Ergebnisse aus der Faktorebene-Analyse replizieren und bestätigen. Auch hier zeigten sich signifikante Differenzen in der Wahrnehmung von Dominanz (AV) in Abhängigkeit von der abgebildeten Kopfgröße der politischen Machträger (UV mit einer Messwiederholung). Im Allgemeinen haben alle Probanden über alle Länder und Bedingungen hinweg die größer abgebildeten Politiker ($M = 4.46$, $SD = .73$) signifikant dominanter als kleiner abgebildeten Politiker ($M = 4.28$, $SD = .63$) eingeschätzt, $F(1, 203) = 9.47$, $p = .002$, $\eta^2 = .05$.

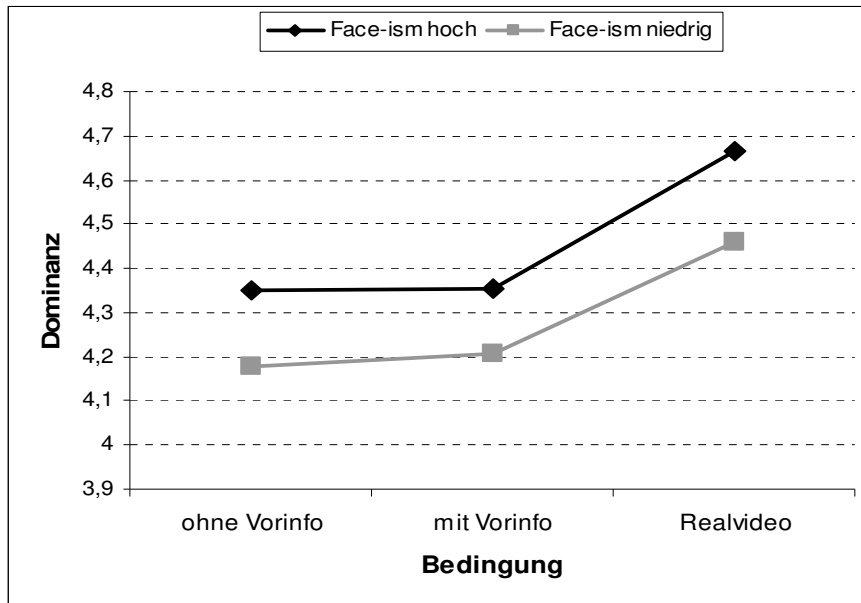


Abbildung 18: Darstellung der Dominanzeinschätzungen auf Item-Niveau für groß und klein abgebildete Politikern pro Bedingung über alle drei Länder hinweg.

Darüber hinaus sind als Zwischensubjekteffekte signifikante Unterschiede für Bedingung, $F(2, 203) = 7.59$, $p = .001$, $\eta^2 = .07$ und eine signifikante Interaktion für Erhebungsland und Bedingung zu erkennen, $F(4, 203) = 2.32$, $p = .002$, $\eta^2 = .08$. Die post hoc paarweisen Vergleiche konnten Aufschluss darüber geben, dass die Dominanzeinschätzungen in der dritten Bedingung beim Zuschauen der Realvideos ($M = 4.56$, $SD = .61$) signifikant höher ausfielen als bei den Bedingungen mit Vorinformation ($M = 4.28$, $SD = .06$) und ohne Vorinformation ($M = 4.27$, $SD = .06$) über die Herkunft des jeweiligen Politikers. Innerhalb der einzelnen Bedingungen jedoch blieb die signifikante Differenz in der Dominanzeinschätzung zwischen groß und klein abgebildeten Machträgern bestehen (s. Abbildung 18).

Um den signifikanten Interaktionseffekt zwischen Bedingung und Erhebungsland näher zu betrachten, wurden auch hier die einfachen Haupteffekte pro Land berechnet. In den USA haben die Probanden weder in den unterschiedlichen Bedingungen noch in Bezug auf hohen vs. niedrigen Face-ism-Index unterschiedliche Dominanzbewertungen abgegeben. Im Gegensatz dazu waren in Deutschland sowohl der Innersubjekteffekt, $F(1, 68) = 8.76$, $p < .01$, $\eta^2 = .11$ als auch der Zwischensubjekteffekt, $F(2, 68) = 11.10$, $p < .001$, $\eta^2 = .25$ signifikant. Die Daten zeigen, dass auf Itemebene eine größere Ge-

sichtsprominenz ($M = 4.58$, $SD = .70$) als dominanter bewertet wird als eine kleinere ($M = 4.32$, $SD = .70$). Darüber hinaus ergaben die post hoc Vergleiche in Deutschland für die dritte Bedingung (Realvideo, $M = 4.89$) signifikant höhere Dominanzeinschätzungen als für die beiden anderen Bedingungen (mit Vorinfo, $M = 4.31$; ohne Vorinfo $M = 4.15$). Innerhalb der arabischen Stichprobe ergaben sich keine signifikanten Unterschiede für die drei Bedingungen. Dafür hat sich die signifikante Dominanzeinschätzungsdifferenz für die kleineren und größeren Ausprägungen von Face-ism replizieren lassen. Auch hier wurden größer abgebildete Politiker ($M = 4.49$, $SD = .73$) als dominanter wahrgenommen als kleiner abgebildete ($M = 4.24$, $SD = .56$).

Face-ism und die Wahrnehmung von Sympathie

Die zentrale Frage dieser Arbeit fokussiert auf den Aspekt der Dominanzwahrnehmung und medialer Präsenz bzw. medialer Inszenierung von politischen Machttägern. Darüber hinaus eröffnen sich auf Grund früherer Befunde Fragen nach der Auswirkung von unterschiedlich repräsentierten Kopf- bzw. Körpergrößen auf die Rezeption von zusätzlichen Personeigenschaften. Hier wird der Frage nachgegangen, ob die unterschiedliche Inszenierung im Sinne einer medialen Darstellung des Politikers unabhängig vom Geschlecht eine entsprechend unterschiedliche Wahrnehmung von Sympathie/Freundlichkeit hervorruft. Konkret wurde die Hypothese definiert, dass die klein abgebildeten Gesichter als sympathischer wahrgenommen werden als groß abgebildete Gesichter (Hypothese 4). Dazu wird bezüglich des Faktors „Sympathie/ Freundlichkeit“ die Wahrnehmung von Machttägern mit einem hohen und einem niedrigerem Face-ism-Index überprüft. Wie aus Tabelle 16 zu entnehmen, luden auf diesem Faktor Items wie „kühl – warmherzig“, „freundlich – unfreundlich“, „sympathisch – unsympathisch“ und „teilnahmslos – mitfühlend“ hoch. Zur inferenzstatistischen Überprüfung wird auch hier eine 2x3x3 Varianzanalyse mit einem Messwiederholungsdesign ausgewertet.

Hierbei wurde als Innersubjektfaktor der Face-ism-Index¹⁷ (mit zwei Ausprägungen: hoch vs. niedrig) und die Zwischensubjektfaktoren Erhebungsland (mit drei Ausprägungen: USA, Deutschland und VAE) und Bedingung (mit drei Ausprägungen: ohne Vorinformation, mit Vorinformation und Realvideos) herangezogen. Für den Faktor Face-ism werden zunächst in Bezug auf die Faktorwerte des Faktors Sympathie/Freundlichkeit zwei Gruppen mit einem hohen und einem niedrigen Face-ism-Index gebildet. Die Rezipienten wurden auf die Zwischensubjektfaktoren, wie in Tabelle 14 dargestellt, verteilt. In Bezug auf die Wahrnehmung von Sympathie zeigten die Daten signifikante Unterschiede sowohl innerhalb als auch zwischen den Rezipienten. Allgemein wurden demnach die größer abgebildeten Politiker ($M = -.04$, $SD = .43$) als signifikant unsympathischer wahrgenommen als die kleiner abgebildeten Machttträger ($M = .04$, $SD = .48$), $F(1, 203) = 6.80$ $p < .01$, $\eta^2 = .03$. Eine Interaktion zwischen dem Faktor Face-ism und dem Faktor Bedingung erbrachte ebenfalls signifikante Unterschiede in der Sympathieeinschätzung, $F(2, 203) = 8.03$ $p < .001$, $\eta^2 = .07$. Die Haupteffekte für Bedingung, $F(2, 203) = 35.51$ $p < .001$, $\eta^2 = .26$ und Erhebungsland, $F(2, 203) = 11.89$ $p < .001$, $\eta^2 = .11$ machten deutlich, dass sich die Sympathieurteile auch zwischen den Rezipienten in Abhängigkeit dieser Faktoren unterscheiden haben. In den VAE wurden die politischen Stimuli als am wenigsten sympathisch bewertet im Vergleich zu den anderen Erhebungsorten. Bezüglich der Bedingung haben die Realvideos signifikant die am wenigsten sympathischen Bewertungen induziert (s. Abbildung 19). Zudem erwies sich auch die Interaktion zwischen den beiden Zwischensubjektfaktoren Erhebungsland und Bedingung als signifikant, $F(4, 203) = 3.81$ $p < .01$, $\eta^2 = .07$.

Um mehr Aufschluss über die Daten zu gewinnen, wurden daraufhin die einfachen Haupteffekte nach Erhebungsland und Bedingung berechnet. Zuerst werden die einfachen Haupteffekte für Erhebungsland berichtet. Für die amerikanische Stichprobe zeigten die Ergebnisse zunächst auf keine signifikanten Unterschiede in der Sympathieeinschätzung von klein und groß abgebildeten Machttträger-Köpfen, $F(1, 67) = .60$ $p = .81$,

¹⁷ Der Face-ism-Index-Faktor lässt sich auch für die Messung der Sympathieeinschätzung so zusammensetzen, wie vorher für die Messung der Dominanz beschrieben. In die Gruppen A und B mit den entsprechenden Face-ism Mittelwerten oberhalb und unterhalb des Medians werden die gleichen politischen Stimuli, wie für Dominanz beschrieben, zugeordnet.

n.s. Darüber hinaus unterschied sich die Sympathiewahrnehmung zwischen den Rezipienten, die unterschiedlicher Vorinformation in den drei Bedingungen ausgesetzt waren, $F(2, 67) = 9.70$ $p < .001$, $\eta^2 = .22$. Die paarweisen Vergleiche zeigten, dass insgesamt die politischen Machträger unabhängig von der Abbildungsgröße in der Realvideo-Bedingung als signifikant unsympathischer als die gleichen Politiker in den anderen zwei Bedingungen eingeschätzt wurden (s. Tabelle 19). Für Deutschland zeigten die Ergebnisse ähnlich wie für die USA, dass sich keine signifikante Differenz für die Wahrnehmung von Sympathie in Abhängigkeit von der Abbildungsgröße politischer Akteure finden ließ, $F(1, 68) = 2.34$ $p = .13$, *n.s.* Allerdings ließ sich der gleiche Effekt der Realvideobedingung nachweisen, denn die real abgebildeten Politiker rufen signifikant unsympathischere Bewertungen als deren Avatare in den anderen zwei Bedingungen hervor (s. Tabelle 19). Im Gegensatz zu den USA und Deutschland unterschied sich die Wahrnehmung der Stimuli mit hohem vs. niedrigem Face-ism-Index in den Vereinigten Arabischen Emiraten signifikant voneinander, $F(1, 68) = 9.81$ $p < .01$, $\eta^2 = .13$. Größer im Bild präsentierte Politiker, wurden in den VAE als signifikant unsympathischer wahrgenommen ($M = -.21$, $SD = .41$) als die etwas kleiner abgebildeten Machträger ($M = -.07$, $SD = .51$). Darüber hinaus zeigte sich sowohl ein signifikanter Haupteffekt für Bedingung $F(2, 68) = 27.54$ $p < .001$, $\eta^2 = .45$ als auch eine signifikante Interaktion zwischen Face-ism-Index und Bedingung, $F(2, 68) = 12.78$ $p < .001$, $\eta^2 = .27$. Die paarweisen Vergleiche zeigten, dass mit vorhandener Vorinformation die politischen Akteure signifikant unsympathischer bewertet wurden. Während in der Bedingung ohne jegliche Vorinformation die politischen Machträger als signifikant sympathischer ($M = .18$, $SD = .06$) wahrgenommen wurden, kehrte sich die Wahrnehmung in der Bedingung mit Vorinformation über die Kulturzugehörigkeit der gezeigten Person zu einer negativen Einschätzung ($M = -.10$, $SD = .06$) um. In der Realvideobedingung, in der die Rezipienten über die gesamte visuelle Information verfügen, wurden die gezeigten Politiker als signifikant unsympathischer eingeschätzt ($M = -.49$, $SD = .06$).

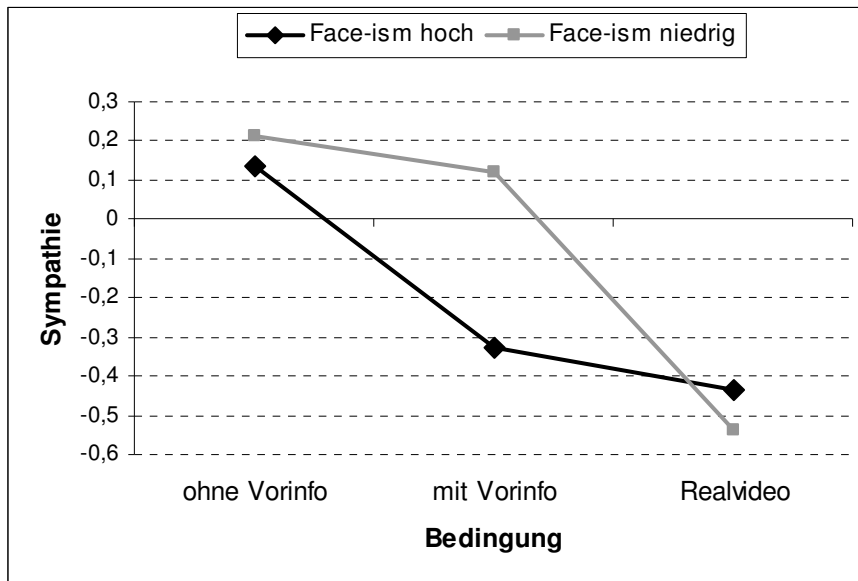


Abbildung 19: Sympathiewahrnehmung nach Bedingung in den Vereinigten Arabischen Emiraten

Die Berechnung der einfachen Haupteffekte nach Bedingung gab Aufschluss darüber, ob sich die Sympathiebewertung in den einzelnen Bedingungen in Abhängigkeit von Face-ism-Index und Erhebungsland signifikant unterschieden (Forschungsfrage 4). Für die Rezipienten der Bedingung 1 ohne Vorinformation sind keine signifikanten Effekte zu erkennen. Sowohl nach Erhebungsland als auch in Bezug auf die unterschiedlichen Abbildungsgrößen haben sich die Sympathieeinschätzungen nicht signifikant voneinander unterschieden. Im Gegensatz dazu wurden die gleichen Stimuli in Bedingung 2 (mit Vorinformation über die Herkunft) sowohl in Bezug auf die Abbildungsgröße $F(1, 69) = 20.42$ $p < .001$, $\eta^2 = .23$ als auch in Bezug auf das Erhebungsland $F(2, 69) = 7.16$ $p < .001$, $\eta^2 = .17$ signifikant unterschiedlich eingeschätzt. Die Ergebnisse zeigten, dass wenn die Versuchspersonen über die Herkunft der präsentierten Politiker informiert wurden, die groß abgebildeten als signifikant unsympathischer eingeschätzt wurden, ($M = -.03$, $SD = .40$) als wenn der Machträger kleiner abgebildet wurde ($M = .19$, $SD = .39$). In Bezug auf das Erhebungsland unterschied sich die Sympathiewahrnehmung in den Vereinigten Arabischen Emiraten signifikant von den anderen beiden Erhebungsländern. Die Bewertungen fielen dabei wesentlich negativer oder unsympathischer aus (s. Abbildung 19). Den Rezipienten in Bedingung 3 war die gesamte visuelle Information zugänglich. Nicht nur aus welchem Land die politischen Stimuli stammen, sondern auch wer genau repräsentiert wurde (ohne den Namen zu erfahren). In dieser Bedingung ergab die Abbildungsgröße zwar keinen signifikanten Unterschied,

dennoch waren auf einem deskriptiven Niveau Differenzen zu erkennen. Diese sind in entgegengesetzter Richtung als in den anderen zwei Bedingungen zu interpretieren, wobei größer abgebildete Politiker sympathischer wahrgenommen wurden als kleiner abgebildete (s. Abbildung 20). Dafür unterschieden sich wieder die einzelnen Erhebungsländer in der Wahrnehmung signifikant voneinander, $F(2, 66) = 7.53$ $p < .001$, $\eta^2 = .19$.

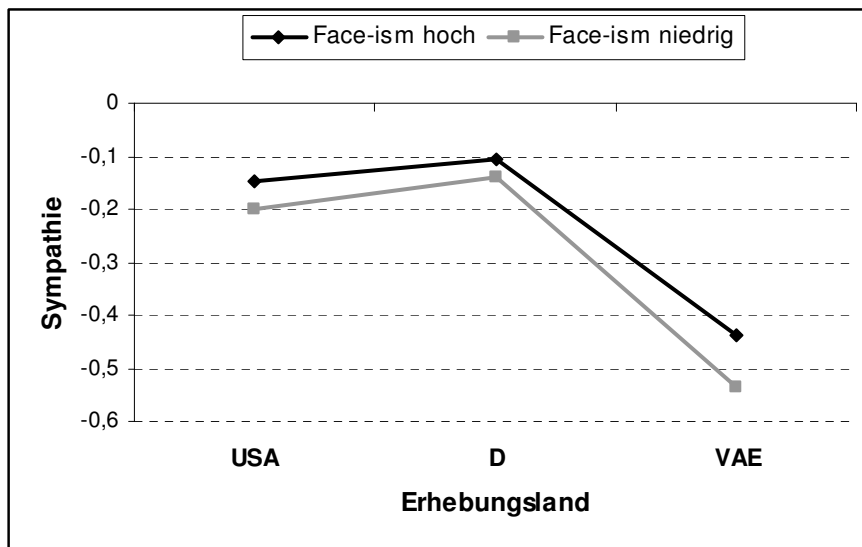
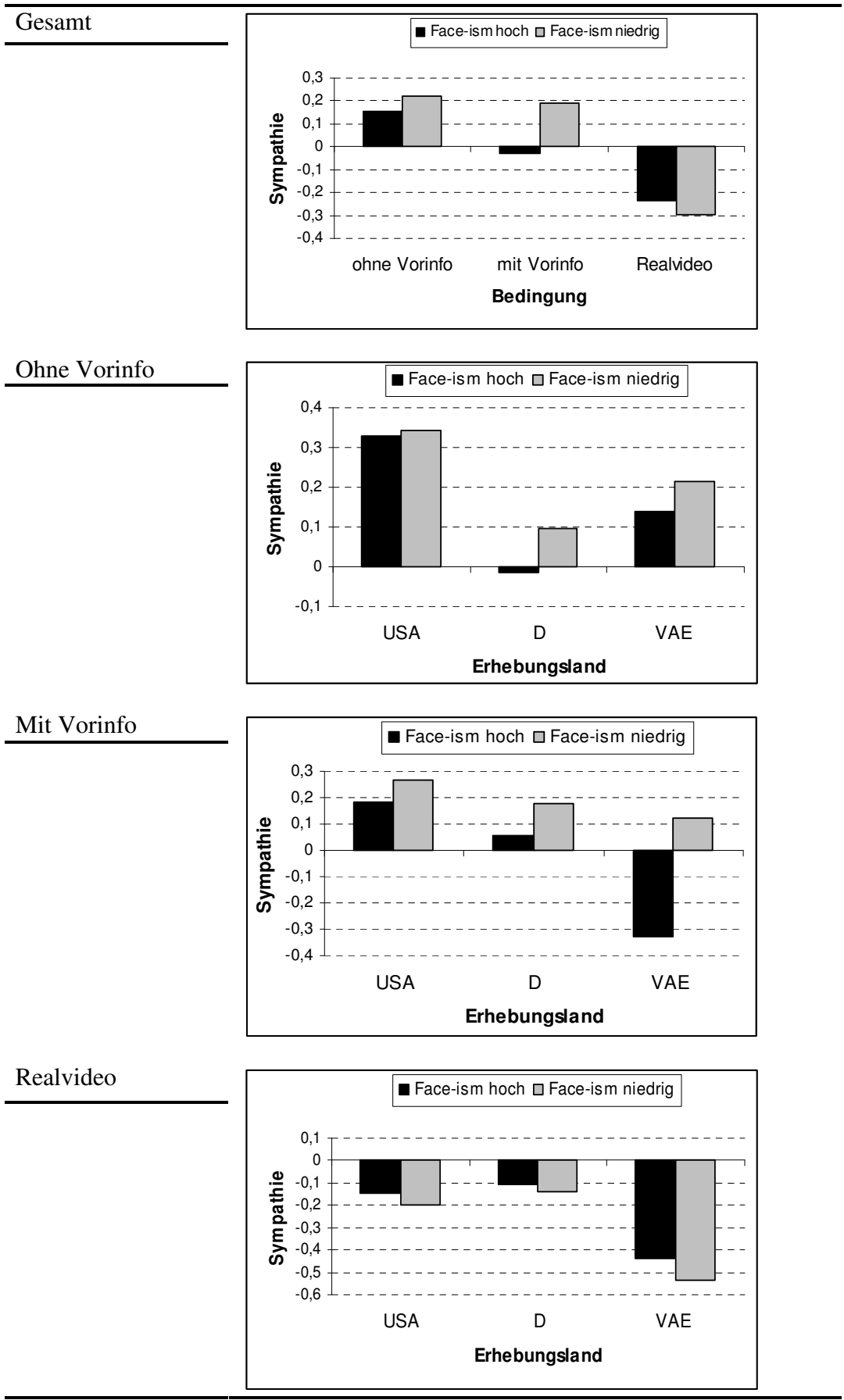


Abbildung 20: Sympathiewahrnehmung in der Realvideo-Bedingung

Tabelle 19: Sympathiewahrnehmung in Bezug auf hohen oder niedrigen Face-ism-Index



Face-ism und die Wahrnehmung von Kompetenz

Ausgehend von früheren empirischen Arbeiten wurde bezüglich der Wahrnehmung von Kompetenz erwartet, dass die Kopfgröße der medial präsentierten politischen Personen positiv mit der wahrgenommenen Kompetenz zusammenhängt (s. Hypothese 5). Für die statistische Überprüfung dieser Hypothese wurde der Faktor Kompetenz/ Vertrauen in die Analyse einbezogen. Obwohl sich der Faktor als hoch homogen auszeichnet, laden hier unter anderem sowohl Items wie „inkompetent – kompetent“, „qualifiziert – unqualifiziert“ und „fachmännisch – unfachmännisch“ hoch, die eindeutig Kompetenz beschreiben, als auch Items, die nach Osgood (1957, 1969) zur klassischen Potenzdimension wie „schwach – stark“ (s. Tabelle 16) gehören würden. Um den Zusammenhang von Face-ism und Kompetenz zu untersuchen, wurden auch hier die Faktorwerte des umgepolten Faktors in die entsprechenden zwei Gruppen A und B nach hohem oder niedrigem Face-ism-Index (getrennt durch den Medianwert) zusammengefasst. Es wurde ebenfalls eine 2x3x3 Varianzanalyse mit Messwiederholungsdesign gerechnet. Der Messwiederholungsfaktor wurde aufgrund der wiederholten Bewertung von Stimuli mit sowohl niedrigem als auch hohem Face-ism-Index auf den Face-ism-Index mit zwei Ausprägungen (hoch vs. niedrig) gesetzt.

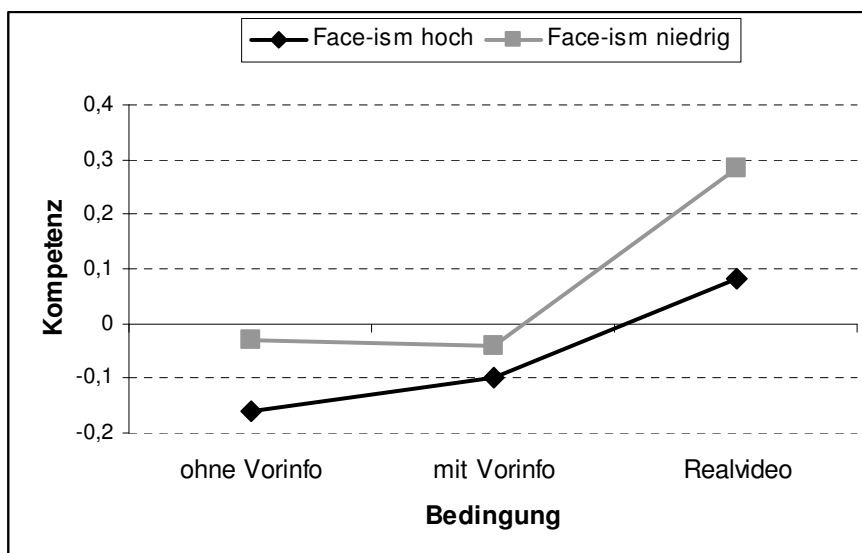


Abbildung 21: Kompetenzbewertung und Face-ism über alle drei Erhebungsländer hinweg

Als Zwischensubjektfaktoren wurden der Einfluss der unabhängigen Variablen Erhebungsland (mit drei Ausprägungen: USA, Deutschland, VAE) und Bedingung (mit drei Ausprägungen: mit Vorinformation, ohne Vorinformation und Realvideos) statistisch überprüft.

Die Ergebnisse zeigten einen signifikanten Haupteffekt sowohl für den Innerhalbsubjektfaktor Face-ism-Index, $F(1, 203) = 21.68$ $p < .001$, $\eta^2 = .10$, als auch für den Zwischensubjektfaktor Bedingung, $F(1, 203) = 9.56$ $p < .001$, $\eta^2 = .09$. Über alle drei Erhebungsländer und Bedingungen hinweg wurden die größer abgebildeten Politiker ($M = -.06$, $SD = .49$) als inkompetenter empfunden als die kleiner abgebildeten ($M = .07$, $SD = .47$). Dies stellte sich als konträr zu der erwarteten Richtung heraus (s. Abbildung 21). Die paarweisen Vergleiche für den Haupteffekt des Faktors Bedingung zeigten in Bezug auf Forschungsfrage 4, dass in der Realvideo-Bedingung die gezeigten Politiker als signifikant kompetenter bewertet wurden als in den anderen zwei Bedingungen, die sich voneinander nicht signifikant unterschieden haben.

Face-ism und die Wahrnehmung von Entspannung

Bezüglich des letzten Faktors wurde keine Forschungsfrage definiert, dennoch werden der Vollständigkeit halber hier die Hauptergebnisse bezüglich Face-ism berichtet. Eine 2x3x3 Varianzanalyse mit dem Messwiederholungsfaktor Face-ism (komprimierte Werte für hohen und niedrigen Face-ism-Index) ergab einen signifikanten Haupteffekt für Face-ism, $F(1, 203) = 13.93$ $p < .001$, $\eta^2 = .06$. Die Politiker, die größer im Bild präsentiert wurden, wurden entspannter wahrgenommen ($M = .06$, $SD = .40$) als Politiker, die weniger prominent abgebildet wurden ($M = -.07$, $SD = .41$).

3.2.3.2.2 Wahrnehmung von politischen Machträgern in Abhängigkeit unterschiedlicher Kulturzugehörigkeit

In dem folgenden Abschnitt wird der Fragestellung 5 auf Ebene (2b) der Wirkungsanalyse nachgegangen. Die Wirkung von Politikern amerikanischer, arabischer und deutscher Kultur werden in Bezug auf Dominanz, Sympathie und Kompetenz überprüft und verglichen.

Darüber hinaus wird hier auf mögliche Zusammenhänge überprüft, welche die Ergebnisse der Wahrnehmung von unterschiedlich dargestellter Gesichtsprominenz durch die Wahrnehmung von Kultur aufklären können. Die Notwendigkeit dieser Überprüfung ergab sich dadurch, dass die 15 in den drei Ländern gezeigten Politiker nach der Mediansplitt Methode auf die Gruppen A und B verteilt wurden, jedoch in Bezug auf die Kulturen nicht gleich verteilt wurden. Zu der Gruppe A mit einem hohen Face-ism-Index oberhalb des Medians wurden vier amerikanische (Rumsfeld, Bush, Cheney, Clinton), zwei deutsche (Fischer und Müntefering,) und zwei arabische Politiker (Rafsanjani und Abbas) zugeordnet. Im Gegensatz dazu setzte sich Gruppe B mit einem niedrigen Face-ism-Index unterhalb des Medians aus einem amerikanischen (Rice) drei deutschen (Schröder, Merkel und Eichel) und drei arabischen Politikern (Kubba, Al-Jaafari und Fayyad) zusammen. Diese Verteilungen ergaben eine ungleichmäßige Kulturverteilung, der statistisch weiter nachgegangen wurde. In Bezug auf die parametrische Ausprägung von Face-ism zeigten die inferenzstatistische Analysen jedoch, dass sich der Face-ism-Index bei der Kopf-Darstellungsgröße von Politikern ($N = 30$) in den drei Kulturen nicht signifikant voneinander unterschied.

Kultur und die Wahrnehmung von Dominanz

Die Induzierung und Zuschreibung der Dominanz von politischen Machträgern ist für die vorliegende Arbeit von zentralem Interesse. Um zu überprüfen, ob die Rezipienten die 15 Politiker aus den drei Kulturen je nach Herkunft als unterschiedlich dominant wahrnahmen, wurde eine $3 \times 3 \times 3$ Varianzanalyse mit Messwiederholungsdesign durchgeführt. Da Versuchspersonen aus allen drei Erhebungsländern und unter allen drei Bedingungen alle 15 Stimuli der drei Kulturen gesehen und bewertet haben, wurde als Messwiederholungsfaktor die Kultur/ Herkunft der Politiker mit seinen drei Ausprägungen USA, Deutschland und arabische Welt mit in die Analyse hereingenommen. Die zwei Zwischensubjektfaktoren hatten auch jeweils drei Ausprägungen, die unabhängigen Variablen Bedingung mit den Stufen „mit Vorinformation“, „ohne Vorinformation“ und „Realvideo“ und Erhebungsland mit den drei Stufen USA, Deutschland und Vereinigte Arabische Emirate.

Für die so definierte spezifische Fragestellung nach der Wahrnehmung von Dominanz in Abhängigkeit der Kultur wurden die Dominanzeinschätzungswerte der jeweils 5 poli-

tischen Stimuli pro Kultur gemittelt. Mit Hilfe dieser Methode wurde jeweils ein Einschätzungswert pro Kultur und Versuchsperson ermittelt. Diese wahren Werte dienen in der Varianzanalyse als Stufen des Messwiederholungsfaktors Herkunft. Die Analyse ergab einen signifikanten Haupteffekt in der Dominanzbewertung der Kulturen, $F(2, 203) = 99.79$ $p < .001$, $\eta^2 = .33$. Zudem wurden zwei signifikante Interaktionen, zum einen zwischen Kultur und Bedingung, $F(4, 203) = 4.80$ $p = .001$, $\eta^2 = .05$ zum anderen zwischen Kultur und Erhebungsland, $F(4, 203) = 5.95$ $p < .001$, $\eta^2 = .06$ gefunden. Allgemein zeigten die post hoc paarweisen Vergleiche darauf hin, dass alle drei Kulturen signifikant unterschiedlich dominant wahrgenommen wurden. Die amerikanischen Politiker ($M = .31$, $SD = .50$) wurden wesentlich dominanter eingeschätzt als die Vertreter der anderen zwei Kulturen. Dabei wurden die deutschen Politiker ($M = -.10$, $SD = .44$) signifikant dominanter bewertet als die arabischen ($M = -.21$, $SD = .43$). Ein Haupteffekt zwischen den Versuchspersonen ergab sich für die unabhängige Variable Erhebungsland, $F(2, 203) = 4.19$ $p < .05$, $\eta^2 = .04$. Die post hoc Vergleiche zeigten hier, dass die deutsche Stichprobe ($M = .08$, $SD = .44$) alle Machtträger als wesentlich dominanter wahrgenommen hat als die arabische Stichprobe ($M = -.06$, $SD = .44$). Um mehr Aufschluss über die signifikanten Interaktionen zu erreichen, wurden hier Analysen für die einfachen Haupteffekte nach Erhebungsland und Bedingung gerechnet.

Bei einigen der weiteren Analysen wies der Mauchly's Test darauf hin, dass die Voraussetzung der Sphärizität nicht erfüllt wurde. Darauf hin wurde immer eine Greenhouse-Geisser Korrektur vorgenommen.

Kultur, Dominanzwahrnehmung und Stereotypisierung in den USA

Der signifikante Haupteffekt für die Kulturen und die post hoc paarweisen Vergleiche zeigten, dass in den USA die eigenen lokalen Politiker als dominanter eingeschätzt wurden als Politiker aus den anderen beiden Kulturen, $F(1.82, 121.99) = 46.88$ $p < .001$, $\eta^2 = .41$ (s. Abbildung 22). Der Zwischensubjektfaktor Bedingung zeigte keinen signifikanten Effekt. Da sich hier auch ein signifikanter Zusammenhang in Form einer Interaktion zwischen Bedingung und Kultur, $F(3.64, 121.99) = 3.48$ $p < .01$, $\eta^2 = .09$ ergab, wird für die amerikanische Stichprobe noch weiter nach Bedingung aufgeschlüsselt.

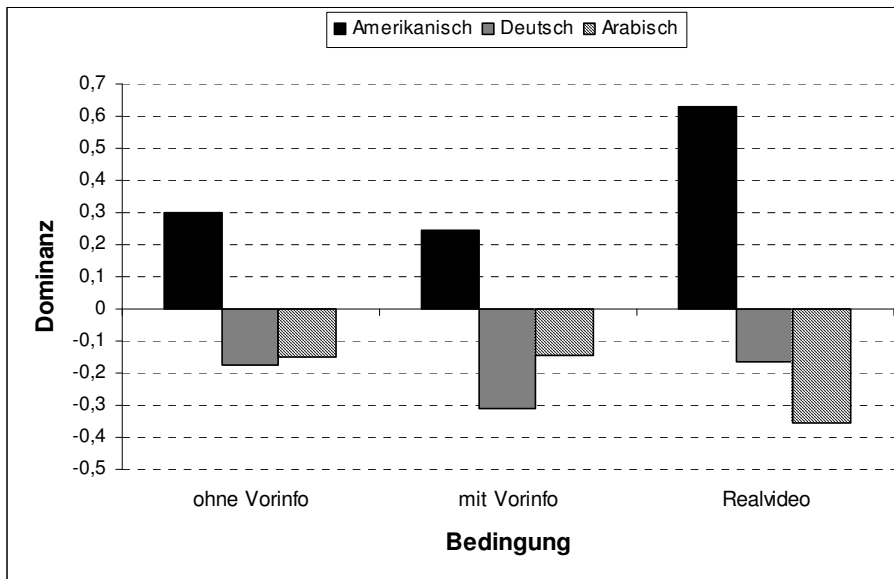


Abbildung 22: Dominanzeinschätzungen für das Erhebungsland USA und alle drei Bedingungen.

Wie aus Abbildung 22 hervorgeht, schätzten die amerikanischen Untersuchungsteilnehmer über alle drei Bedingungen hinweg die Kulturen in der gleichen Richtung ein (Forschungsfrage 6). Sowohl ohne $F(2, 46) = 9.50$ $p < .001$, $\eta^2 = .29$ als auch mit Vorinformation $F(1.58, 36.37) = 10.42$ $p < .001$, $\eta^2 = .31$ wurden die eigenen Politiker als deutlich dominanter als die der beiden anderen Kulturen eingeschätzt. In der Realvideo-Bedingung, $F(2, 42) = 32.64$ $p < .001$, $\eta^2 = .61$ wurden die Bewertungen noch weiter in der gleichen Richtung verschärft. Die deutschen und arabischen Stimuli unterschieden sich voneinander bezüglich der zugeschriebenen Dominanz in allen drei Bedingungen nicht signifikant.

Kultur, Dominanzwahrnehmung und Stereotypisierung in Deutschland

In Deutschland stellte sich nach einer Greenhouse-Geisser Korrektur ebenfalls ein signifikanter Haupteffekt bezüglich der Herkunft der gezeigten Machtträger $F(1.58, 107.22) = 44.30$ $p < .001$, $\eta^2 = .39$ heraus. Auch hier wurden die amerikanischen Politiker signifikant am dominantesten eingeschätzt ($M = .37$, $SD = .43$), während die arabischen Stimuli ($M = -.21$, $SD = .43$) als am wenigsten dominant gesehen wurden. Die eigenen Politiker wurden als signifikant dominanter als die arabischen und weniger dominanter als die amerikanischen eingeschätzt ($M = .08$, $SD = .42$). Zwischen den Bedingungsgruppen zeigte sich auch ein signifikanter Effekt, $F(2, 68) = 3.39$ $p < .05$,

$\eta^2 = .09$. Grundsätzlich unterschieden sich die Bedingungen ohne Vorinformation ($M = -.04$, $SD = .43$) und Realvideo ($M = .19$, $SD = .43$) darin signifikant voneinander, dass ohne Information über den kulturellen Hintergrund die Politiker weniger dominant eingeschätzt wurden als wenn die Politiker völlig erkennbar in den originalen Videosequenzen dargestellt wurden.

Darüber hinaus ergab sich auch eine signifikante Interaktion zwischen Bedingung und Kultur, $F(3.15, 107.22) = 3.09$ $p < .05$, $\eta^2 = .08$. Um diese näher zu erläutern, wird hier weiter nach einfachen Haupteffekten bezüglich der kulturellen Dominanzbewertung hinsichtlich der einzelnen Bedingungen aufgeschlüsselt.

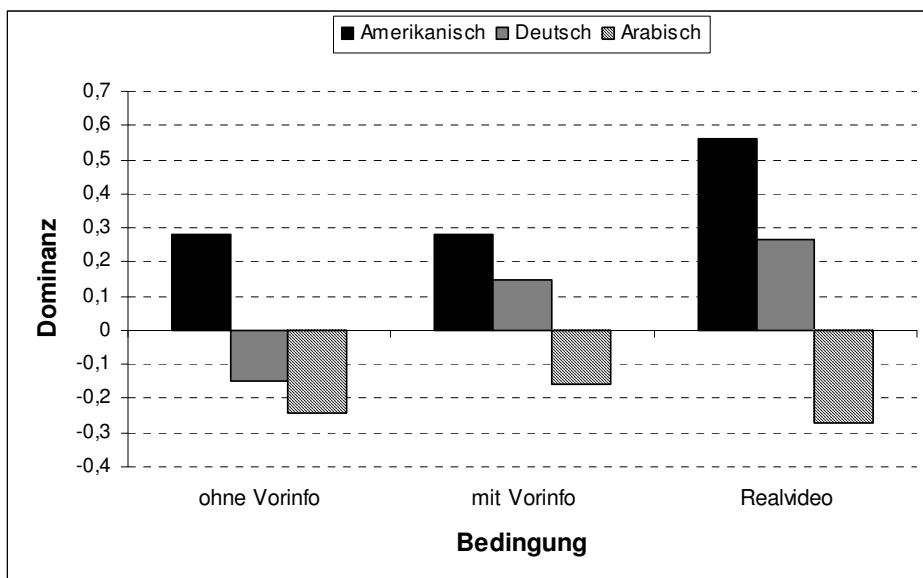


Abbildung 23: Dominanzeinschätzungen für Erhebungsland Deutschland und alle drei Bedingungen.

In der Bedingung ohne jegliche Vorinformation über die Herkunft des gezeigten politischen Machtträgers lassen sich die in den USA gefundenen Dominanzeindrücke in der gleichen Richtung replizieren (Forschungsfrage 6). Die amerikanischen Politiker werden auch weiterhin als die dominantesten gesehen (über alle drei Bedingungen hinweg, vgl. Abbildung 23). Interessant ist hier, wie die Politiker aus dem eigenen Land gesehen werden. Während in der Bedingung 1 die Avatare von deutschen Politikern in Deutschland eher unterwürfig als dominant gesehen wurden, $F(1.44, 33.14) = 15.46$ $p < .001$, $\eta^2 = .40$, kehrte sich dieser Effekt mit zunehmender Information um. In Bedingung 2

wurden die gleichen Avatare als dominanter gesehen. Dabei unterschieden sich in dieser Bedingung die deutschen Stimuli weder von den amerikanischen noch von den arabischen signifikant. Dafür wichen die amerikanischen und die arabischen Politiker bei der Einschätzung signifikant voneinander ab, $F(1.67, 46) = 8.23$ $p < .01$, $\eta^2 = .26$, (s. Abbildung 23). In Bedingung 3 (Realvideos) wurden die deutschen Politiker zwar noch dominanter betrachtet, allerdings unterschieden sich nach einer Greenhouse-Geisser Korrektur die induzierten Dominanzeindrücke für alle drei Kulturen, die deutsche Rezipienten abgegeben haben, voneinander signifikant, $F(1.56, 34.40) = 25.32$ $p < .001$, $\eta^2 = .54$. Die Mittelwerte und Standardabweichungen sind im Anhang nachzuschlagen.

Kultur, Dominanzwahrnehmung und Stereotypisierung in den VAE

Auch in den Vereinigten Arabischen Emiraten ergab sich ein signifikanter Effekt für die Herkunft der Politiker, $F(1.72, 117.00) = 18.28$ $p < .001$, $\eta^2 = .21$. Allerdings waren hier weder Interaktionen noch weitere Zwischensubjekteffekte für den Faktor Bedingung erkennbar. In den arabischen Einschätzungen wurden die amerikanischen Politiker unabhängig von der Bedingung als signifikant dominanter als Politiker aus den anderen beiden Kulturen bewertet (vgl. Abbildung 24). Auch die zusätzliche Information in Bedingung 2 oder die reale Darstellung der Politiker führte zu keinen signifikanten Wahrnehmungsunterschieden oder stereotypen Bewertungen in der arabischen Stichprobe. Die Mittelwerte sind dem Anhang zu entnehmen.

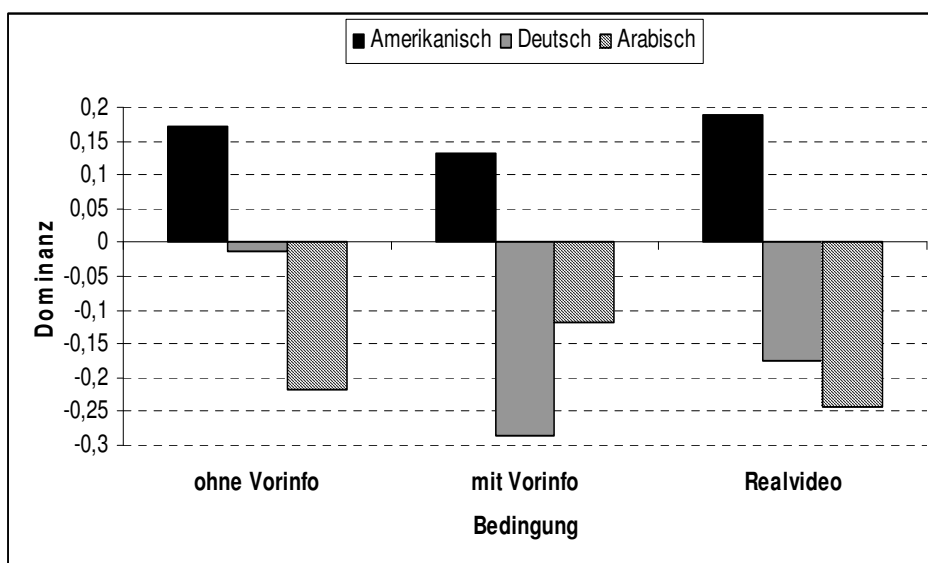


Abbildung 24: Dominanzeinschätzungen für Erhebungsland VAE und alle drei Bedingungen.

Zusammenfassend stellt Abbildung 25 die wahrgenommene Dominanz, die die Politiker aus den drei Kulturen in den drei Erhebungsländern induziert haben, dar. Allgemein zeigen die Vergleiche, dass die amerikanischen Politiker eindeutig von allen als dominanteste gesehen wurden (Forschungsfrage 5). Dieser Effekt bleibt auch über alle drei Bedingungen hinweg bestehen (Forschungsfrage 6). Auch die Richtung, in der arabischen Politiker gesehen wurden, bleibt über alle Erhebungsländer hinweg gleich. Die Daten zeigen, dass die arabischen Politiker eher einen unterwürfigen Eindruck hinterlassen. Dieser ist in den USA und VAE aber auch von deutschen Politikern erweckt worden. Ausschließlich in Deutschland sehen die Probanden ihre eigenen Politiker anders. Der Effekt variiert zwischen den Bedingungen (s. oben). Eine detaillierte Darstellung der Ergebnisse ist aus Tabelle 20 zu entnehmen.

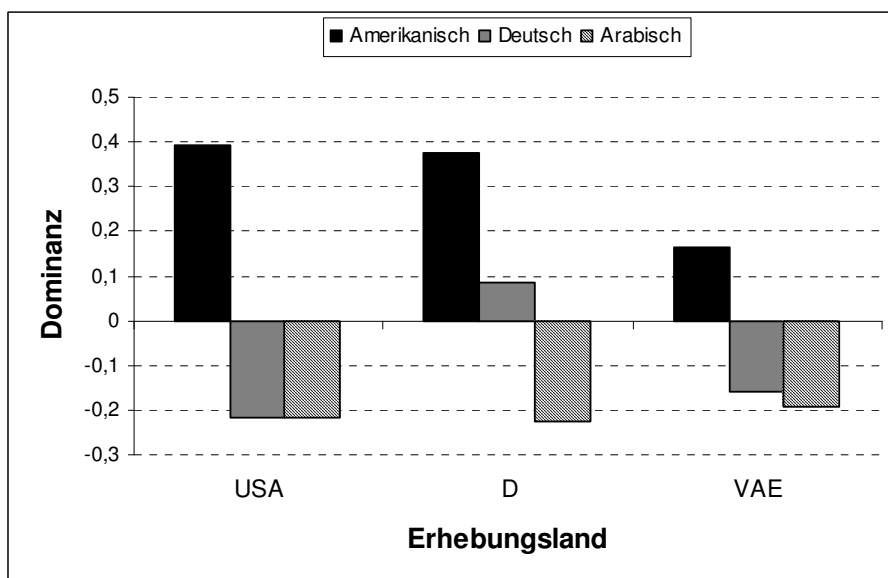


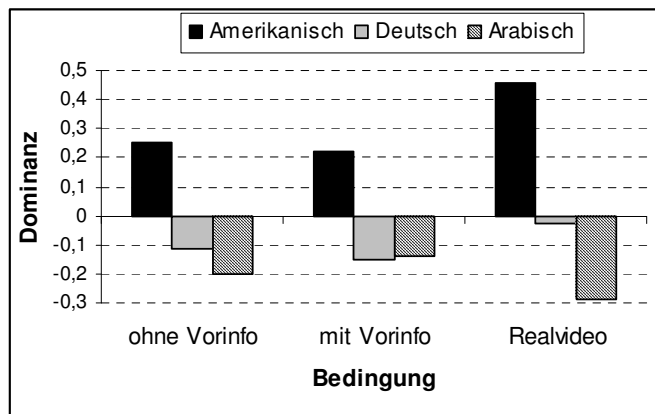
Abbildung 25: Dominanzeinschätzungen über alle drei Erhebungsländer hinweg

Die hier zu Dominanz und Kultur vorgenommenen statistischen Analysen deuten auf einen Konfundierungseffekt zwischen Face-ism und Kultur hin. Die amerikanischen Politiker, die in der Gruppe A als Kultur überwiegen, wurden signifikant dominanter als die beiden anderen Kulturen über alle drei Länder und Bedingungen hinweg wahrgenommen. Dieser Effekt wird mit Hilfe der Strukturanalyse im letzten Abschnitt der Ergebnisse weiter verfolgt, um zu zeigen, ob sich zwischen den Kulturen das Verhalten objektiv unterschied und ob der Effekt daher möglicherweise eher auf das Verhalten als

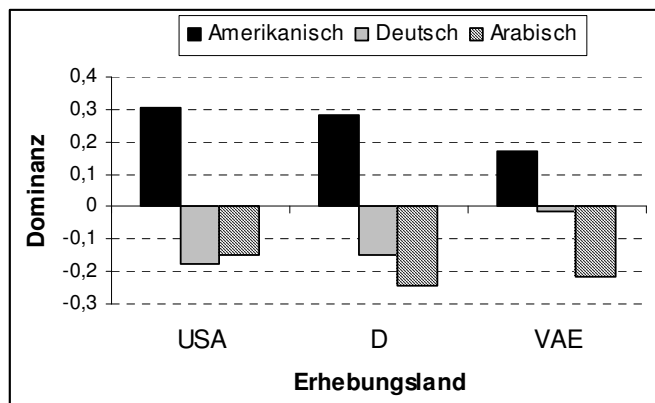
auf die mediale Darstellung zurückzuführen ist. Im Folgenden werden zunächst in Bezug auf Forschungsfrage 5 explorativ die Unterschiede zur Wahrnehmung von Sympathie und Kompetenz zwischen den Kulturen untersucht.

Tabelle 20: Dominanzwahrnehmung in Bezug auf Kultur

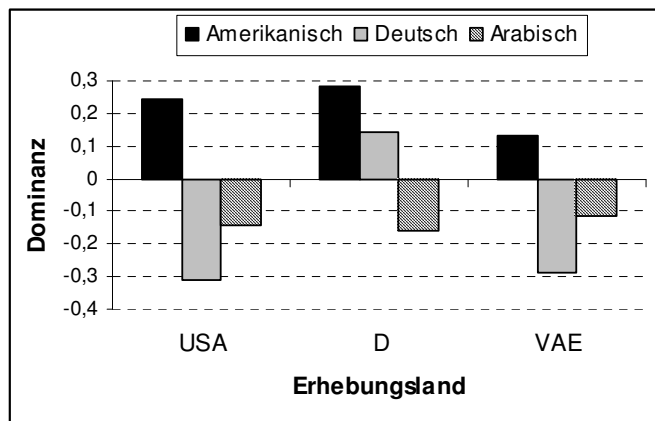
Gesamt



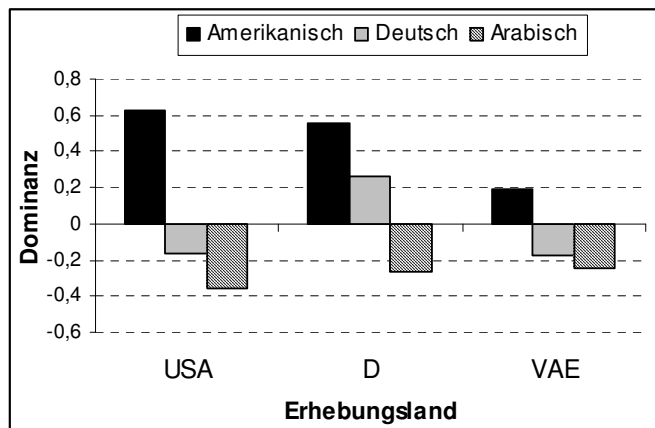
Ohne Vorinfo



Mit Vorinfo



Realvideo



Kultur und die Wahrnehmung von Sympathie

Im Folgenden wurde die Relation zwischen Kultur/Herkunft der jeweiligen Politiker und der Sympathiewahrnehmung untersucht. Die Sympathieeinschätzungen wurden pro Kultur zu einem wahren Wert zusammengefasst (5 Politikerwerte flossen pro Kultur mit ein, s. oben). Hier wurde ebenfalls eine 3x3x3 Varianzanalyse mit Messwiederholungsdesign durchgeführt, wobei die Sympathieeinschätzung in Abhängigkeit von den 3 unabhängigen Variablen Kultur (Innerhalbsubjektfaktor mit drei Ausprägungen), Bedingung (Zwischensubjektfaktor mit drei Abstufungen) und Erhebungsland (Zwischensubjektfaktor mit drei Abstufungen) auf Signifikanz überprüft wurde. Die Ergebnisse deuten auf signifikante Zusammenhänge zwischen den abhängigen und unabhängigen Variablen hin. Da der Mauchly's Test ($p < .05$) darauf hinweist, dass die Voraussetzung der Sphärizität in diesem Fall nicht erfüllt werden konnte, wurde hier eine Greenhouse-Geisser Korrektur vorgenommen. Die Daten zeigten einen Haupteffekt für Sympathie in Abhängigkeit von Kultur: $F(2, 1.93) = 45.80$ $p < .001$, $\eta^2 = .18$.

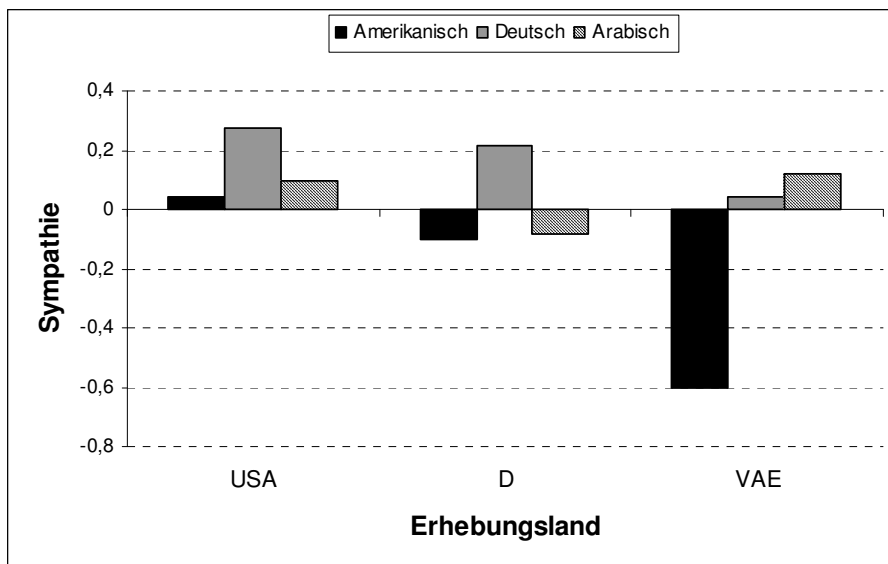


Abbildung 26: Allgemeine Sympathiebewertung nach Erhebungsland

Allgemein zeigen die Daten, dass alle drei Kulturen signifikant unterschiedlich bewertet wurden. Dabei zeigten die paarweise Vergleiche, dass die deutschen Politiker am sympathischsten ($M = .18$, $SD = .45$), die arabischen Politiker als leicht sympathisch

($M = .04$, $SD = .53$) und die amerikanischen Politiker am unsympathischsten ($M = -.22$, $SD = .68$) eingeschätzt wurden. Darüber hinaus ergaben sich drei signifikante Interaktionseffekte für Kultur und Erhebungsland, $F(3.86, 392.04) = 14.61$ $p < .001$, $\eta^2 = .13$, Kultur und Bedingung, $F(3.86, 392.04) = 9.21$ $p < .001$, $\eta^2 = .08$, und eine dreifache Interaktion für Kultur, Erhebungsland und Bedingung, $F(7.73, 392.04) = 3.37$ $p < .001$, $\eta^2 = .06$, ergeben. Um den signifikanten Interaktionseffekten nachzugehen, wird im Folgenden nach Erhebungsland und Bedingung aufgeschlüsselt.

Kultur, Sympathiewahrnehmung und Stereotypisierung in den USA

In den USA zeigte die Analyse, dass ein signifikanter Haupteffekt für Kultur, $F(1.65, 110.72) = 5.43$, $p < .01$, $\eta^2 = .08$, innerhalb der Rezipienten und ein signifikanter Haupteffekt für Bedingung, $F(1, 67) = 9.65$, $p < .001$, $\eta^2 = .22$, zwischen den Rezipienten erkennbar wurde. Die post hoc paarweisen Vergleiche zeigten, dass in den USA die deutschen Politikern als durchgehend am sympathischsten erlebt wurden ($M = .28$, $SD = .50$) und sich signifikant von den beiden anderen Kulturen unterschieden. Die post hoc paarweisen Vergleiche für Bedingung zeigten, dass sich die Realvideos signifikant von den anderen beiden Bedingungen unterschieden, in dem alle Politiker als deutlich unsympathischer bewertet wurden ($M = -.17$, $SD = .50$). Auf Abbildung 27 wird dieser Zusammenhang veranschaulicht.

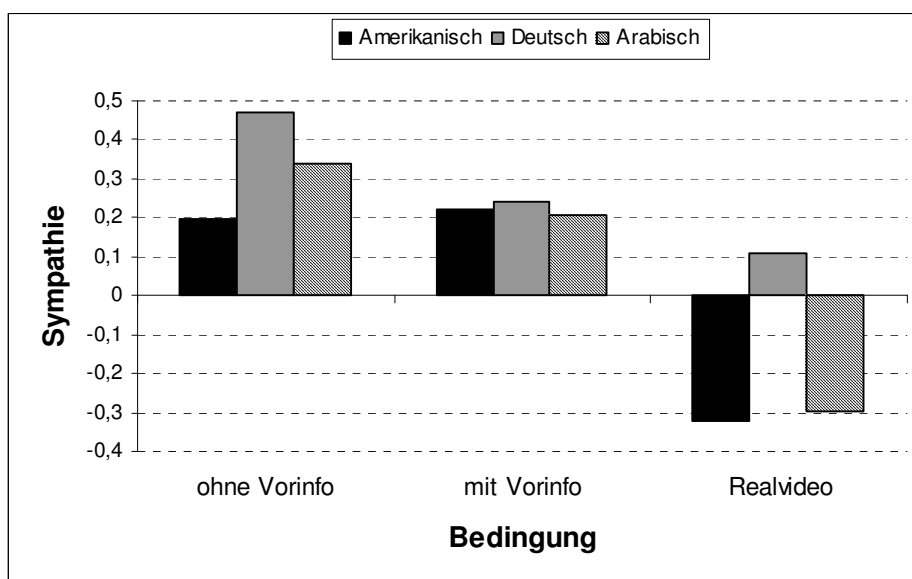


Abbildung 27: Sympathieeinschätzungen für Erhebungsland USA und alle drei Bedingungen.

Kultur, Sympathiewahrnehmung und Stereotypisierung in Deutschland

In Deutschland ergab die Analyse einen signifikanten Haupteffekt für Kultur, $F(1.73, 117.75) = 20.61$, $p < .001$, $\eta^2 = .23$, innerhalb der Rezipienten und einen signifikanten Haupteffekt für Bedingung, $F(1, 68) = 5.74$, $p < .01$, $\eta^2 = .14$, zwischen den Rezipienten. Zusätzlich wurde eine signifikante Interaktion zwischen Kultur und Bedingung erkennbar, $F(3.46, 117.75) = 3.58$, $p < .01$, $\eta^2 = .10$ (Forschungsfrage 6). Allgemein konnte aus den Daten und den post hoc paarweisen Vergleichen entnommen werden, dass sich die deutschen Politiker wieder signifikant von den anderen beiden Kulturen unterschieden, indem sie sympathischer auffielen. Allerdings zeigte die signifikante Interaktion, dass es durchaus unterschiedliche Sympathiebewertungen für die gleichen Kulturen in den unterschiedlichen Bedingungen gegeben hatten. Um diesem Effekt nachzugehen, wurden für die deutsche Stichprobe die einfachen Haupteffekte für die drei Bedingungen berechnet.

In Bedingung 1 ohne Vorinformation über die Herkunft wurden die Avatare der deutschen Politiker als eindeutig sympathischer als die Avatare der Politiker aus den anderen zwei Kulturen, $F(2, 46) = 5.66$, $p < .01$, $\eta^2 = .20$, gesehen. Die Mittelwerte sind dem Anhang zu entnehmen.

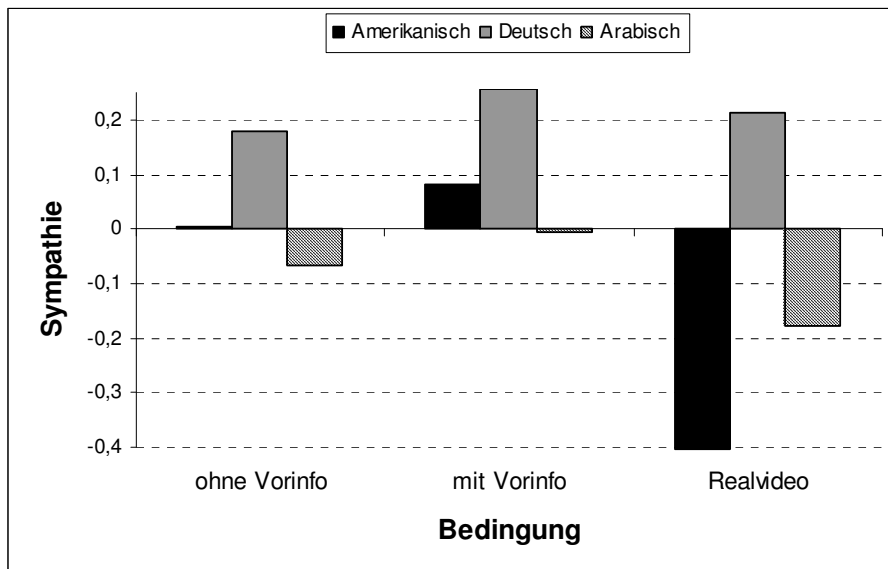


Abbildung 28: Sympathieeinschätzungen für Erhebungsland Deutschland und alle drei Bedingungen.

In Bedingung 2 mit Vorinformation über die Herkunft wurden ebenso die Deutschen als sympathischer gesehen (s. Abbildung 28). Dieser Effekt bleibt allerdings nur auf einem deskriptiven Niveau bestehen, da nach einer Greenhouse-Geisser Korrektur die Unterschiede nicht mehr als signifikant zu erkennen waren. In Bedingung 3 dagegen rufen die Realvideos ein deutliche Bild hervor, $F(2, 44) = 17.78$, $p < .001$, $\eta^2 = .45$. Hier unterscheiden sich alle drei Kulturen signifikant voneinander (die Mittelwerte hierzu sind aus dem Anhang zu entnehmen). Die amerikanischen Politiker fielen sehr unsympathisch auf, die arabischen Politiker wurden im Vergleich dazu als sympathischer, aber allgemein immer noch als unsympathisch empfunden, und die deutschen Politiker wurden weiterhin als die sympathischsten gesehen.

Kultur, Sympathiewahrnehmung und Stereotypisierung in den VAE

Die Analyse für die Rezipienten aus den Vereinigten Arabischen Emiraten zeigte einen Haupteffekt für Kultur, $F(1, 68) = 18.28$, $p < .001$, $\eta^2 = .47$, und einen Haupteffekt für Bedingung, $F(2, 44) = 17.78$, $p < .001$, $\eta^2 = .45$. Darüber hinaus wurde auch die Interaktion zwischen Kultur und Bedingung signifikant, $F(2, 68) = 27.27$, $p < .001$, $\eta^2 = .45$. Die post hoc paarweisen Vergleiche zeigen, dass die amerikanischen Politiker generell von der arabischen Stichprobe signifikant unsympathischer als Politiker aus den anderen beiden Kulturen wahrgenommen wurden. Zusätzlich unterscheiden sich alle drei Bedingungen im Ausmaß der erhobenen Einschätzung signifikant voneinander (s. Anhang). Um die Interaktion zwischen Bedingung und Land näher zu betrachten, werden die einfachen Haupteffekte für alle drei Bedingungen innerhalb der arabischen Stichprobe ausgewertet.

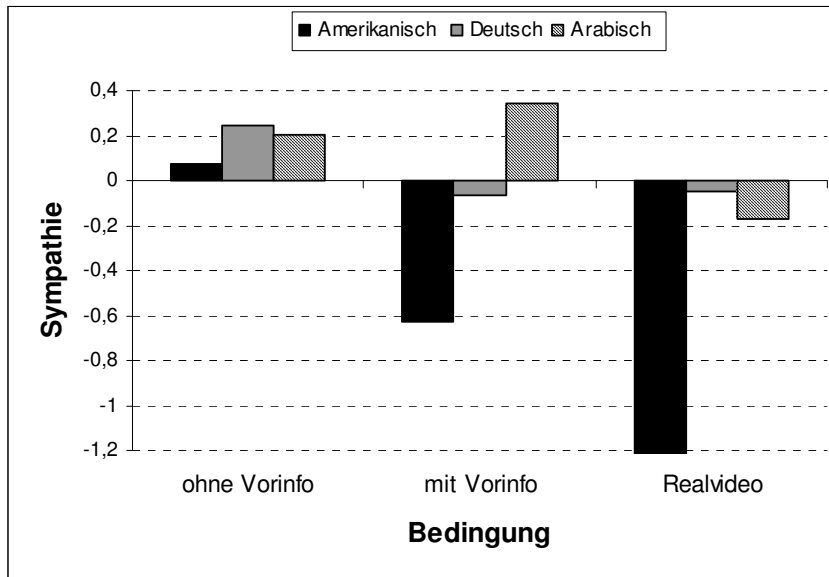


Abbildung 29: Sympathieeinschätzungen für Erhebungsland VAE und alle drei Bedingungen.

Die Ergebnisse zeigen, dass ohne jegliche Vorinformation die Avatare der Politiker vergleichbar sympathisch eingeschätzt wurden. Es ergaben sich keine signifikanten Effekte für Kultur in Bedingung 1. Wenn die Rezipienten über die Kultur informiert wurden, unterschieden sich die Avatare der Politiker aus allen drei Kulturen signifikant voneinander, $F(2, 46) = 21.06, p < .001, \eta^2 = .48$. Die Politiker amerikanischer Abstammung ($M = -.63, SD = .60$) wurden in Bedingung 2 als signifikant unsympathisch, die Politiker aus Deutschland ($M = -.07, SD = .45$) etwas neutraler und die Avatare lokaler Politiker ($M = .34, SD = .38$) am sympathischsten wahrgenommen. Als in Bedingung 3 die realen Politiker dargestellt waren, wurden sie alle als relativ unsympathisch empfunden (s. Abbildung 29). Die post hoc paarweisen Vergleiche der signifikanten Haupteffekt für Kultur, $F(2, 46) = 30.03, p < .001, \eta^2 = .57$, zeigen, dass im Vergleich mit den anderen beiden Kulturen die amerikanischen Politiker einen signifikant unsympathischen Eindruck auf die arabische Stichprobe hinterließ (die Mittelwerte sind dem Anhang zu entnehmen).

Sympathie und Stereotypisierung über alle drei Erhebungsländer

Um weiterhin die Interaktion aufzuklären, wie auch der Forschungsfrage 6 nachzugehen, wurden die einfachen Haupteffekte nach Bedingung berechnet. Die Ergebnisse

dieser allgemeinen Aufschlüsselung pro Bedingung über alle drei Erhebungsländer hinweg werden im Folgenden dargestellt.

In Bedingung 1 wurden die Avatare der 15 Politiker aus den drei Kulturen ohne jegliche Vorinformation präsentiert. Die Daten deuten auf einen signifikanten Haupteffekt für Kultur, $F(2, 136) = 6.16, p < .01, \eta^2 = .08$, in dem die deutschen Stimuli ($M = .30, SD = .46$) signifikant sympathischer eingeschätzt wurden als die Avatare der amerikanischen Politiker ($M = .09, SD = .44$). Die arabischen Stimuli ($M = .16, SD = .45$) wurden auf einer deskriptiven Ebene als sympathischer im Vergleich zu den Amerikanern und unsympathischer im Vergleich zu den Deutschen empfunden (s. Tabelle 21).

In Bedingung 2 wurden die Avatare mit der Vorinformation über die Herkunft der jeweiligen Politiker präsentiert. Diese Information hat sowohl einen Haupteffekt für Kultur induziert, $F(2, 138) = 9.43, p < .001, \eta^2 = .12$, als auch eine Interaktion, der zufolge jedes Erhebungsland eine andere Sympathiepräferenz geäußert hat, $F(4, 138) = 11.41, p < .001, \eta^2 = .25$. Über alle Erhebungsländer hinweg wurden die amerikanischen Stimuli als signifikant unsympathischer als die beiden anderen Kulturen eingeschätzt (die Mittelwerte sind aus dem Anhang zu entnehmen). Um in Bezug auf diese Interaktion die unterschiedlichen Bewertungen pro Kultur differenzieren zu können, wurde hier weiter nach Land aufgeschlüsselt.

In den USA wurden die Stimuli nach Mitteilung der jeweiligen Herkunft nicht signifikant unterschiedlich wahrgenommen.

In Deutschland erschienen die Kulturdifferenzen nach der Greenhouse-Geisser Korrektur aufgrund einer verletzten Voraussetzung der Sphärizität nicht mehr signifikant. Dennoch bleiben auf einem deskriptivem Niveau Kulturunterschiede zu erkennen. Die Avatare der deutschen Politiker ($M = .26, SD = .36$) werden am sympathischsten und die der arabischen Politikern ($M = -.01, SD = .50$) am unsympathischsten wahrgenommen.

Hingegen wurden die Avatare der arabischen Politiker ($M = .34, SD = .38$) in Bedingung 2 in den Vereinigten Arabischen Emiraten als signifikant sympathischer bewertet als Avatare aus den anderen zwei Kulturen.

Der Haupteffekt für Kultur, $F(2, 46) = 21.06, p < .001, \eta^2 = .48$, und die post hoc paarweisen Vergleiche deuten weiterhin auf signifikante Differenzen in der Bewertung zwischen den drei Kulturen. Als signifikant unsympathisch wurden die Avatare der amerikanischen Politikern ($M = -.63, SD = .60$) wahrgenommen, die Deutschen ($M = -.07,$

$SD = .45$) wurden im Vergleich dazu eher neutral, aber immer noch leicht unsympathisch empfunden.

In Bedingung 3 wurden die Realvideos mit der visuellen Identität des jeweiligen Politikers präsentiert. Die Daten haben sowohl einen signifikanten Haupteffekt für Kultur, $F(1.77, 116.76) = 37.0, p < .001, \eta^2 = .36$, als auch eine signifikante Interaktion zwischen Kulturbewertung und Erhebungsland, $F(3.54, 116.76) = 7.18, p < .001, \eta^2 = .18$, ergeben. Über alle drei Erhebungsländer hinweg haben die post hoc paarweisen Vergleiche für Kultur gezeigt, dass alle drei signifikant unterschiedlich voneinander bewertet wurden. Sehr unsympathische Bewertungen haben die realen Politiker amerikanischer Herkunft induziert ($M = -.66, SD = .73$). Etwas weniger unsympathisch wurden die arabischen Politiker wahrgenommen ($M = -.21, SD = .56$). Am sympathischsten wurden bei voller Erkennbarkeit die deutschen Politiker wahrgenommen ($M = .09, SD = .44$).

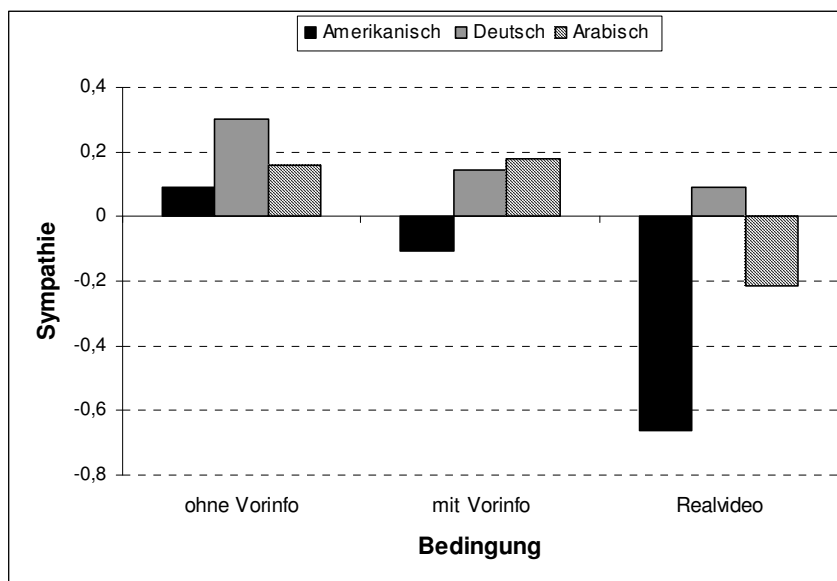


Abbildung 30: Sympathiebewertungen nach Bedingung für alle Kulturen über alle Erhebungsländer hinweg

Um mehr Aufschluss darüber zu gewinnen, wie die Politiker bei voller Erkennbarkeit in den drei Stichproben bewertet wurden, wird Bedingung 3 im Folgenden nach Erhebungsland aufgeschlüsselt.

In den USA zeigten die Ergebnisse signifikante Kulturunterschiede bei der induzierten Sympathiebewertung hin, $F(1.35, 28.39) = 4.08$, $p < .05$, $\eta^2 = .16$. Die post hoc paarweisen Vergleiche konnten zeigen, dass die amerikanische Stichprobe die deutschen Politiker in der Realvideobedingung als signifikant sympathischer wahrgenommen hat als Politiker aus den beiden anderen Kulturen.

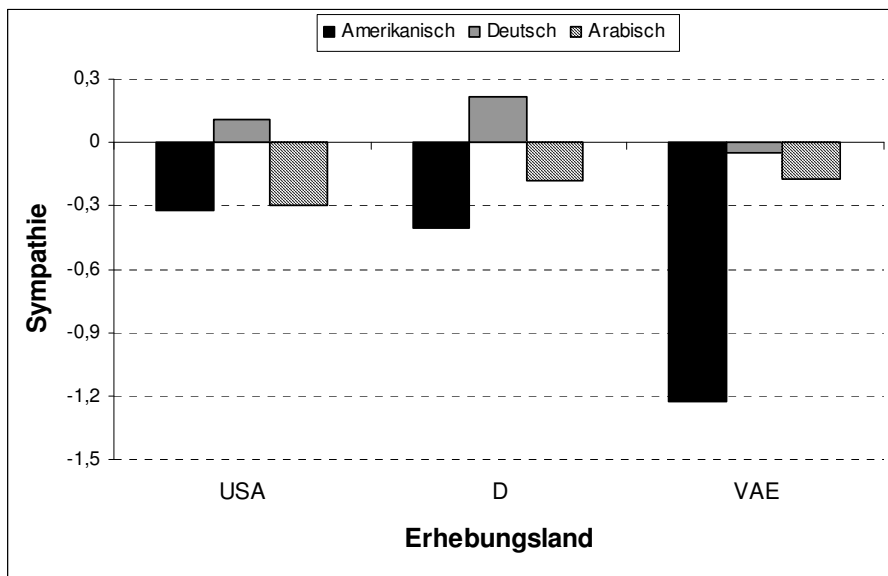
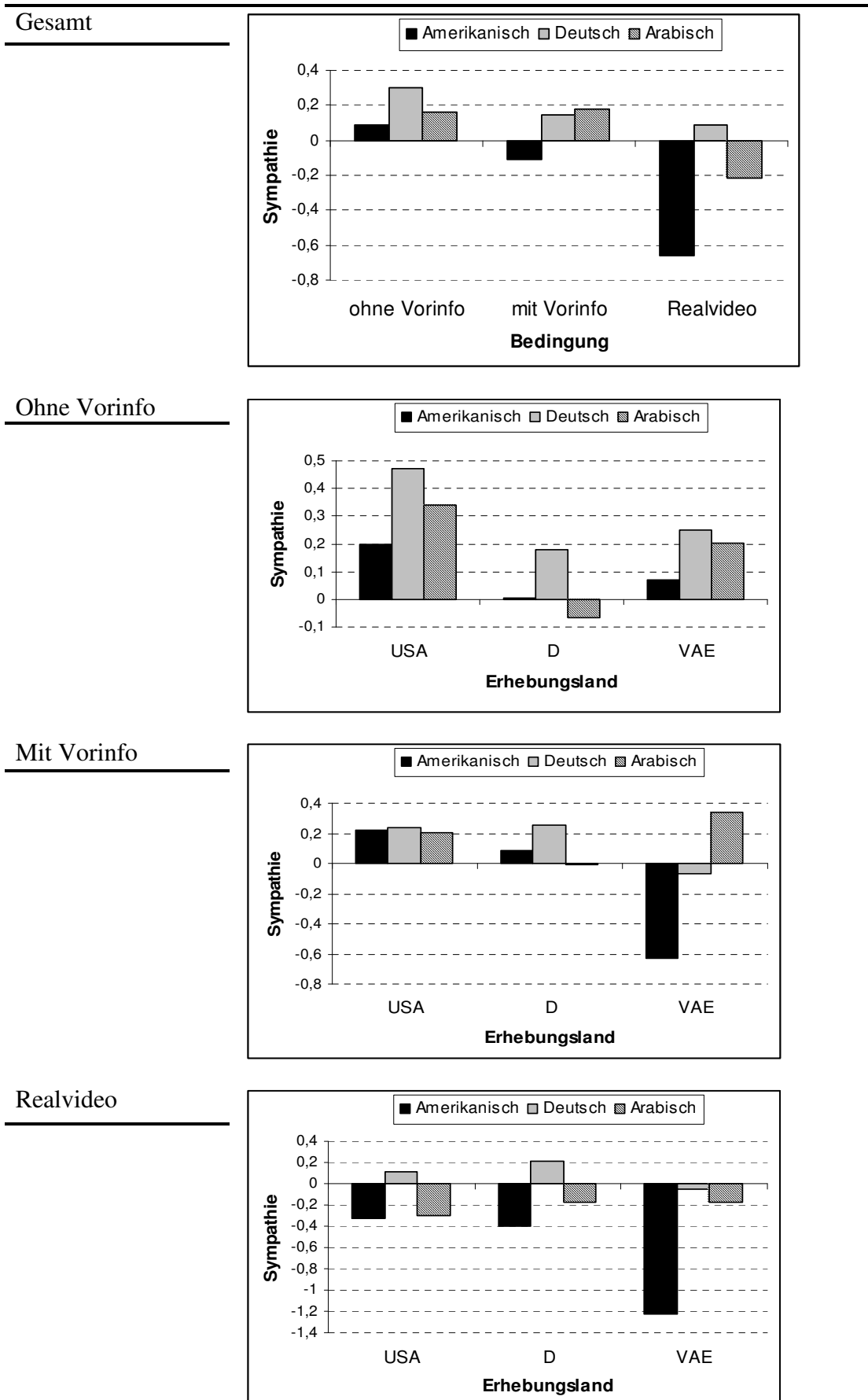


Abbildung 31: Sympathiebewertung für die Bedingung Realvideo nach Erhebungsland und Kultur

Wie Abbildung 31 zeigt, ging die Bewertungstendenz der Realvideos in Deutschland in die gleiche Richtung wie in den USA. Auch hier zeigte sich ein Haupteffekt für Kultur, $F(2, 44) = 17.78$, $p < .001$, $\eta^2 = .45$. Die post hoc paarweisen Vergleiche deuten allerdings auf signifikante Unterschiede zwischen den Bewertungen aller drei Kulturen untereinander hin. Am unsympathischsten sind auch in Deutschland die amerikanischen Politiker erschienen, als weniger unsympathisch wurden die arabischen Politiker empfunden und am sympathischsten die eigenen lokalen Politiker.

In den VAE kehrte sich die Tendenz der allgemeinen Beliebtheit der deutschen Politiker um (s. Abbildung 31). Dennoch werden die Deutschen auf einem deskriptiven Niveau im Vergleich zu den anderen beiden Kulturen als am wenigsten unsympathisch wahrgenommen. Der signifikante Haupteffekt, $F(2, 46) = 30.03$, $p < .001$, $\eta^2 = .57$, und die paarweisen post hoc Vergleiche wiesen an erster Stelle auf die Unbeliebtheit der Amerikaner hin. Die anderen zwei Kulturen unterschieden sich nicht signifikant voneinander.

Tabelle 21: Sympathiewahrnehmung in Bezug auf Kultur



Kultur und die Wahrnehmung von Kompetenz

Um weiterhin Kulturunterschiede in der Personwahrnehmung aufzudecken und die Forschungsfragen (5 und 6, s. Kap. 3.2.1) zu verfolgen, wurde hier auch die Wahrnehmung von Kompetenz verglichen. Auch für diese Analyse wurden die wahren Kompetenzwerte pro Kultur gebildet. Damit wurde eine 3x3x3 Varianzanalyse mit dem Messwiederholungsfaktor Kultur und den beiden Zwischensubjektfaktoren Erhebungsland und Bedingung mit ihren drei Ausprägungen gerechnet. Es ergab sich ein Haupteffekt für Kultur, $F(1.92, 389.69) = 10.67, p < .001, \eta^2 = .05$. Die post hoc paarweisen Vergleiche deuteten darauf hin, dass die arabischen Politiker als signifikant kompetenter als die Politiker aus den anderen beiden Kulturen wahrgenommen wurden. Dadurch, dass keine weiteren signifikanten Interaktionen gefunden wurden, erwies sich dieser Effekt als stabil über alle Erhebungsländer und Bedingungen hinweg. Ein Zwischensubjekteffekt für Bedingung zeigte, dass alle Politiker in der Realvideobedingung als signifikant kompetenter eingeschätzt wurden als deren Avataren in den beiden Bedingungen mit und ohne Vorinformation, $F(2, 203) = 9.24, p < .001, \eta^2 = .08$.

Kultur und die Wahrnehmung von Entspannung

Die Berechnung der Kulturunterschiede auf diesem Faktor ist nicht von zentraler Bedeutung für die vorliegende Arbeit. Dennoch werden die Haupteffekte der Vollständigkeit halber im Folgenden kurz dargestellt. Für die Analyse der Entspannungszuschreibung wurden hier ebenfalls wahre Werte pro Kultur gebildet. Darauf folgend wurde eine 3x3x3 Varianzanalyse mit dem Messwiederholungsfaktor Kultur und den Zwischensubjektfaktoren Erhebungsland und Bedingung durchgeführt. Die Analyse einen signifikanten allerdings schwacher Haupteffekt für Kultur, $F(1.92, 391.54) = 6.17, p < .01, \eta^2 = .03$. Die post hoc paarweisen Vergleiche haben gezeigt, dass die deutschen Politiker als allgemein angespannter beurteilt wurden als die amerikanische. Die arabischen Politiker wurden nicht signifikant unterschiedlich im Vergleich zu den anderen beiden Kulturen gesehen (s. Anhang).

Überprüfung der medialen Wahrnehmungsunterschiede

Wie oben bereits beschrieben, kam es durch die Methode des Mediansplitts zu einer ungleichen Verteilung der Politiker auf die zwei Face-ism Gruppen A und B. Vor diesem Hintergrund war hier eine weitere Analyse notwendig, um die Effekte und Tendenzen noch einmal zu überprüfen und zu replizieren. Für diesen Zweck wurden die 15 gezeigten Politiker noch einmal einem Mediansplitt unterzogen. Der Politiker, dessen Face-ism-Wert mit dem Mediansplitt übereingestimmt, wurde aus den Überprüfungsanalysen ausgeschlossen. In diesem Fall lag der Mediansplitt-Wert bei 50.51, was dem Face-ism-Index von George W. Bush entsprach. Somit wurde Bush herausgenommen und die Gruppe A, die bei den ersten Analysen aus 8 Politikern bestand, wurde der Gruppe B angeglichen. Somit wurden die Politiker zu folgenden Gruppen aufgeteilt: A) Hoher Face-ism-Index – Rumsfeld, Cheney, Clinton, Fischer, Müntefering, Rafsanjani und Abbas und B) Niedriger Face-ism-Index – Rice, Schröder, Merkel, Eichel, Kubba, Al-Jaafari und Fayyad. Die Überrepräsentierung der amerikanischen Kultur, die bei der ersten Analyse in der Gruppe A zu beobachten war, war mit dem Ausschluss von Bush auf ein vernachlässigbares Niveau reduziert. Mit den so zusammengesetzten Gruppen wurden noch einmal die Analysen durchgeführt, die zu der Wahrnehmung von Dominanz, Sympathie und Kompetenz im Bezug auf die unterschiedliche Gesichtsprominenz bereits berechnet wurden. Diese sollten einer Überprüfung der gefundenen Tendenzen dienen.

Face-ism und Dominanz

In Bezug auf die Wahrnehmung von Dominanz in Abhängigkeit der hohen bzw. niedrigen Gesichtsprominenz wurde eine 2x3x3 Varianzanalyse mit dem Messwiederholungsfaktor Face-ism und den Zwischensubjektfaktoren Erhebungsland und Bedingung berechnet. Die Ergebnisse deuten auf einen signifikanten Haupteffekt in die erwartete Richtung hin, $F(1, 203) = 14.25, p < .001, \eta^2 = .07$. Über alle drei Länder und Bedingungen hinweg wurden die Politiker mit einem höheren Face-ism-Index ($M = -.01; SD = .41$) als signifikant dominanter wahrgenommen als Politiker mit einem niedrigen Face-ism-Index ($M = -.14; SD = .37$). Es wurden keine signifikanten Interaktionen bezüglich Dominanz gefunden. Hier konnte somit die vorgefundene Tendenz bestätigt werden.

Face-ism und Sympathie

In Bezug auf die Wahrnehmung von Sympathie in Abhängigkeit eines hohen vs. niedrigen Face-ism-Index wurde auch hier eine 2x3x3 Varianzanalyse mit dem Messwiederholungsfaktor Face-ism und den Zwischensubjektfaktoren Erhebungsland und Bedingung berechnet. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass inferenzstatistisch die Unterschiede in der Sympathiewahrnehmung zwar nicht signifikant, $F(1, 203) = .52, p = .47, n.s.$, aber dennoch deskriptiv in der erwarteten Richtung ausgeprägt waren. Deskriptiv wurden die Politiker mit einem niedrigeren Face-ism-Index sympathischer ($M = .04; SD = .48$) wahrgenommen als Politiker mit einer höheren Gesichtsprominenz ($M = .02; SD = .44$).

Face-ism und Kompetenz

Ob sich weiterhin die beiden Face-ism-Gruppen hinsichtlich der Wahrnehmung ihrer Kompetenz unterschieden, wurde mit Hilfe einer 2x3x3 Varianzanalyse mit dem Messwiederholungsfaktor Face-ism und den Zwischensubjektfaktoren Erhebungsland und Bedingung überprüft. Die Ergebnisse bestätigten die Erwartung, dass die Politiker, die mit mehr Körperanteil abgebildet wurden, kompetenter wahrgenommen wurden als Politiker, die medial mit einer höheren Gesichtsprominenz inszeniert wurden, $F(1, 203) = 9.42, p < .01, \eta^2 = .04$.

Treatment-check für den Avatareinsatz. Kulturunterschiede

Hier wurde eine Gegenüberstellung der gemittelten Personwahrnehmung aus der Avatar-Bedingung (ohne jegliche Vorinformation) und aus der Realvideo-Bedingung für jeden der 15 gezeigten Politiker vorgenommen. Auf der einen Seite soll überprüft werden, wie sehr die Einschätzung der realen Politiker und deren der Avataren übereinstimmt. Auf der anderen Seite soll dadurch eingeschätzt werden, ob die Bewertung die persönliche Meinung des Probanden gegenüber dem konkret gezeigten Politiker widerspiegelt und weniger die neutrale Wahrnehmung seines Verhaltens (Vorurteile und Stereotypisierung). Zusätzlich können aus der Gegenüberstellung Tendenzen der Regierungshierarchie für die unterschiedlichen Regierungssysteme erkannt werden. Die Urteile wurden pro Kultur hierarchisch nach dem Macht-Ranking (Wichtigkeit) gestaffelt,

in dem die Dominanz- und Sympathiegesamturteile als Faktor-Mittelwerte für jeden einzelnen Politiker gegenüber gestellt wurden (s. Tabelle 22 und Tabelle 23). Wie aus Tabelle 22 zu entnehmen ist, stimmen die Urteilsrichtungen über den jeweiligen Politiker bezüglich Dominanz bei Avatar und Realvideobedingung (mit kleinen Ausnahmen) miteinander überein. Dies deutet darauf hin, dass die Dominanz-Cues¹⁸ in allen drei Kulturen, also kulturunabhängig, durch eine mediale Inszenierung des nonverbalen Verhaltens erkannt und übertragen werden können. Zusätzlich ist insbesondere innerhalb der amerikanischen Stichprobe eine Machthierarchie durch die zugeschriebene Dominanz erkennbar. Diese spiegelt eindeutig die Machtverhältnisse im amerikanischen Regierungssystem wieder. Mit Ausnahme des Dominanzeindrucks in der Realvideo über Condoleezza Rice, die eine typische Kandidatin für gleich zwei Stereotypwahrnehmungen verkörpert, Geschlechts- und Rassenstereotyp, sind die anderen politischen Akteure nach ihrer Bedeutung im politischen System entsprechend geordnet worden. Darüber hinaus wurde ihr Avatar als einziger unterwürfig bewertet. Dies wurde jedoch nicht weiter verfolgt. Von einer ähnlichen Erkenntnis über die mediale Darstellung der amerikanischen Regierungsstrukturen haben bereits Masters, Frey und Bente (1991) bei einem Nachrichtenvergleich zwischen deutschen, französischen und amerikanischen Sendern berichtet.

Tabelle 23 zeigt die Sympathiegesamtbewertungen für die zwei Bedingungen Avatar ohne Vorinformation und Realvideobedingung. Im Gegensatz zu den Dominanzbewertungen gehen hier die abgegebenen Urteile in den zwei unterschiedlichen Bedingungen weit auseinander. Dies weist zum einen darauf hin, dass die Sympathie-Cues, die das nonverbale Verhalten mit sich trägt, nicht identisch sind mit den Sympathieindizien, die eine reale Person vermittelt.

Diese Indizien können also nicht vom äußeren Erscheinungsbild getrennt betrachtet werden. Zum anderen, und hier ist die politische Kulisse besonders ausschlaggebend, werden mit den gezeigten Personen politisch relevante Einstellungen aktiviert. Sie sind mit der Zustimmung oder Ablehnung des jeweiligen Politikers verbunden und können sich somit in der Bewertung der jeweiligen Person niederschlagen. Daher kann hier von Voreinstellungs- oder Stereotypenaktivierung gesprochen werden.

¹⁸ Hinweisreize für Dominanz im nonverbalen Verhalten

Tabelle 22: Dominanz-Mittelwerte der Faktorwerte über alle Rezipienten hinweg nach Bedingung

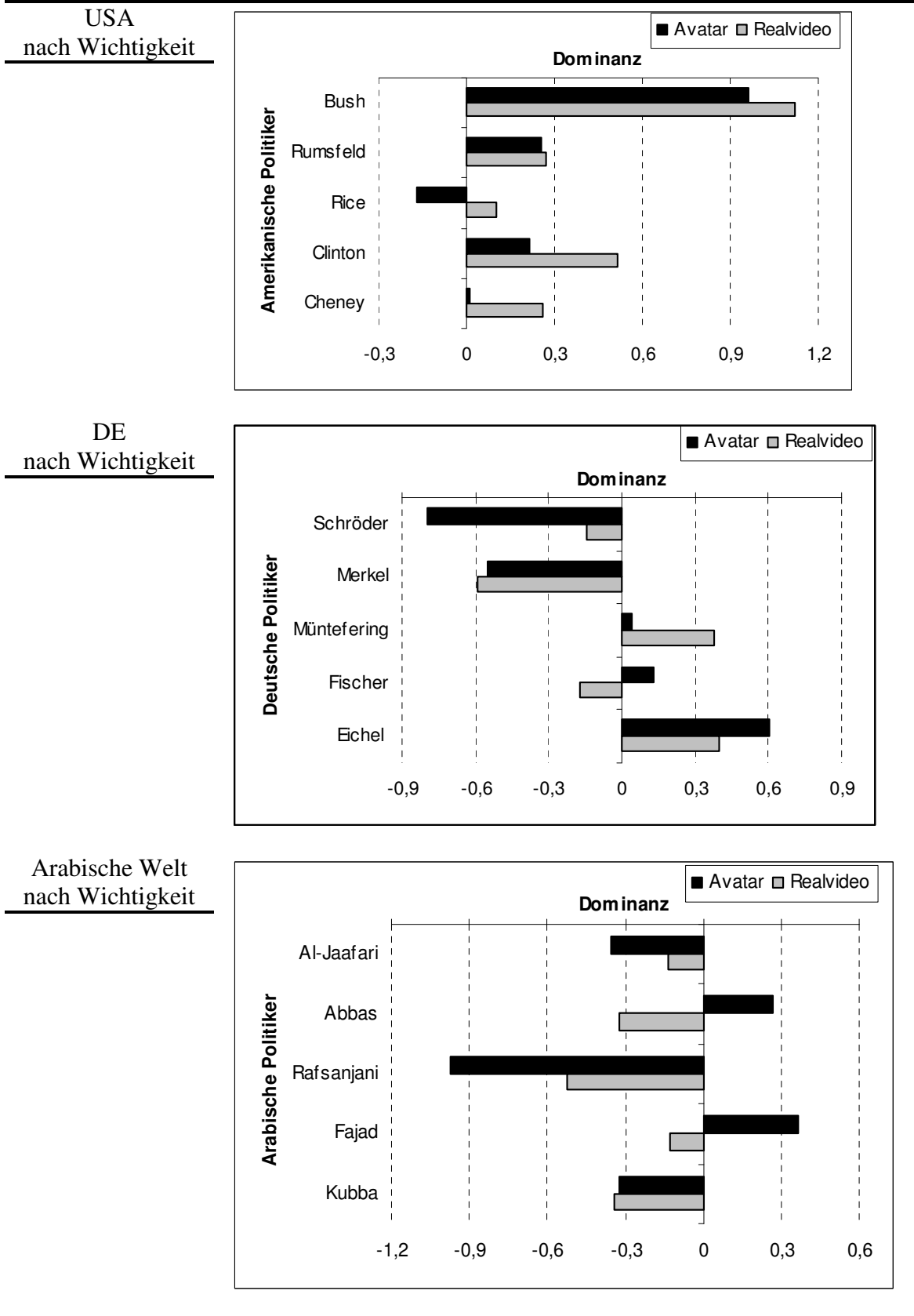
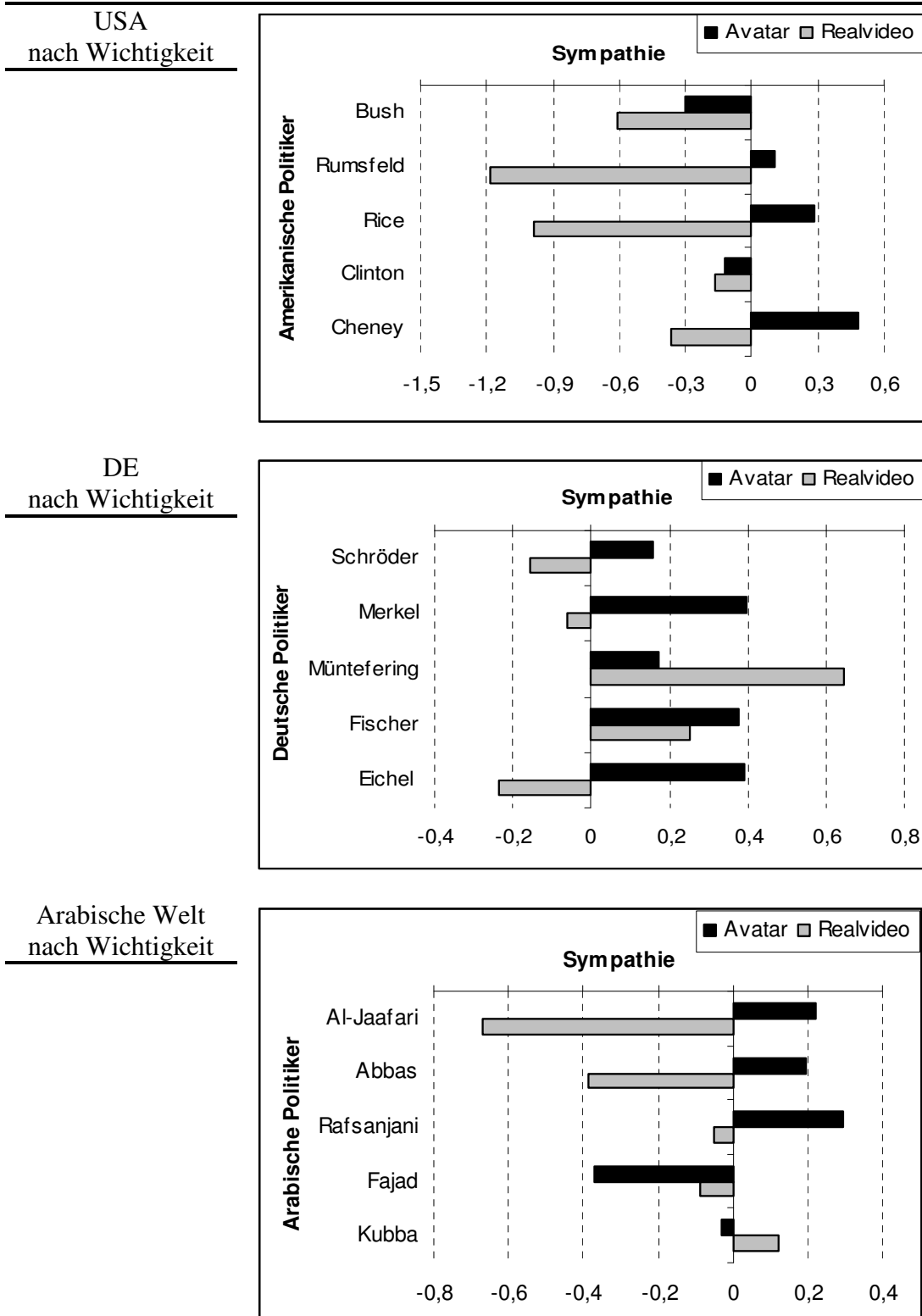


Tabelle 23: Sympathie-Mittelwerte der Faktorwerte über alle Rezipienten hinweg nach Bedingung



3.2.3.2.3 Rezeptionsbedingte Zuschreibung von Kulturwerten bei politischen Machttägern in Abhängigkeit von Kulturzugehörigkeit und Face-ism

In Kapitel 2.2 wurden Kulturansätze dargestellt, welche die Kulturdimensionen Individualismus und Kollektivismus erläutern und als besonders aufschlussreich für den Kulturvergleich zwischen den amerikanischen deutschen und arabischen Kulturen herangezogen werden können. In Studie I ergaben sich bezüglich der makromedialen Struktur der Nachrichten Kulturunterschiede, die über individualistische bzw. kollektivistische Werte und Merkmale zu erklären waren. In Studie II wird auf der mikroanalytischen Ebene näher untersucht, ob anhand des nonverbalen Verhaltens eine systematische und eindeutige Zuschreibung von Kulturwerten stattfinden kann. Diesbezüglich wurden theoretisch die Hypothesen formuliert, dass die amerikanischen Politiker am meisten individualistisch und die arabischen Politiker am meisten kollektivistisch eingeschätzt werden (Hypothese 7 und Hypothese 8). Weiterhin war hier von Interesse, ob die medientechnische Aufbereitung genug Hinweisreize bietet, um bei der Wahrnehmung von Politikern entsprechende Kulturwerte zuschreiben zu können. Daher wurde hier überprüft, ob die unterschiedliche mediale Darstellung im Sinne des Face-ism-Effekts eine systematisch unterschiedliche Zuschreibung von Individualismus- oder Kollektivismuswerten bewirkt (Forschungsfrage 7). Darüber hinaus wird der Forschungsfrage nachgegangen, ob stereotype Informationen über die kulturelle Zugehörigkeit eines Politikers die Zuschreibung von Kulturwerten beeinflusst (Forschungsfrage 8).

Faktorenanalyse

Zur Messung des wahrgenommenen Individualismus bzw. Kollektivismus im Verhalten und der medialen Inszenierung von politischen Machttägern wurde hier das Instrument von Chan (1994) angewendet. Die Daten wurden faktorenanalytisch ausgewertet. Die Varimax-Rotation hat die Zwei-Faktor-Lösung mit den Faktoren Individualismus (Cronbachs $\alpha = .86$) und Kollektivismus (Cronbachs $\alpha = .81$) von Chan bestätigt (vgl. Tabelle 24). Für die Überprüfung der zwei Hypothesen und die Beantwortung der zwei Fragestellungen wurden hier zwei separaten Analysen durchgeführt.

Tabelle 24: Faktorenanalyse der Werte Individualismus/ Kollektivismus

Items	Faktoren	
	Individualismus	Kollektivismus
Eltern und ältere Menschen ehren (Respekt zeigen)		.689
Kreativität (Einzigartigkeit, Vorstellungskraft)	.687	
Vergnügen (Befriedigung von Begierden)	.664	
Nationale Sicherheit (Schutz meines eigenen Landes vor Feinden)		.678
Höflichkeit (Entgegenkommen, gute Manieren)		.750
Gehorsam (Pflichten erfüllen, Verpflichtungen nachkommen)		.778
Freiheit (Handlungsfreiheit und Freiheit der Gedanken)	.610	
Gesellschaftsordnung (Stabilität der Gesellschaft)		.682
Ein abwechslungsreiches Leben (ausgefüllt mit Herausforderungen, Neuem und Veränderungen)	.824	
Wagemutig sein (Abenteuer und Risiko suchen)	.775	
Selbst-Disziplin (Selbstbeherrschung, Widerstand gegen Versuchungen)		.653
Unabhängigkeit (Eigenständigkeit, Wahl der eigenen Ziele und Interessen)	.635	
Ein aufregendes Leben (stimulierende Erfahrungen)	.822	
Erklärte Varianz in Prozent	34.85	19.07
Kumulierte Varianz	34.85	53.92

Anmerkung: Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse, Rotationsmethode: Varimax
Unterdrückung der Werte unter .40

Im Fokus der ersten Analyse stand die Kulturzugehörigkeit der Politiker als unabhängige Variable, in der zweiten Analyse hingegen wurde der Einfluss des Face-ism-Effekts als unabhängige Variable untersucht. Zunächst wird die erste Analyse erläutert.

Für die Durchführung der ersten Analyse wurden pro Faktor die Mittelwerte für jedes der drei Herkunftsländer/ Kultur der Stimuli gebildet. So entstanden drei Abstufungen des Kulturfaktors für die beiden abhängigen Variablen Individualismus vs. Kollektivismus. Die wiederum wurden als Messwiederholungsfaktoren in jeweils einer $3 \times 3 \times 3$ ¹⁹ Varianzanalyse mit Messwiederholungsdesign berechnet.

¹⁹ Für Individualismus und Kollektivismus wurde das gleiche Design verwendet: 3 Kulturen x 3 Bedingungen x 3 Erhebungsländer

Individualismus und Kultur

Bezüglich des Faktors Individualismus ergaben die inferenzstatistischen Analysen einen signifikanten Haupteffekt für Kultur, $F(2, 406) = 54.0, p < .001, \eta^2 = .21$. Die post hoc paarweisen Vergleiche zeigten, dass sich alle drei Kulturen bezüglich der Beurteilung auf dem Faktor Individualismus signifikant voneinander unterschieden. Die höchst individualistische Ausprägung wurde den amerikanischen Politikern zugeschrieben, unabhängig davon, ob die Rezipienten über die Herkunft der gezeigten Personen informiert waren oder nicht. Die deutschen Politiker wurden eher im neutralen Bereich eingestuft, die arabischen Politiker als am wenigsten individualistisch gesehen. Zusätzlich ergaben sich signifikante Interaktionen zwischen den Individualismusbeurteilungen und dem Erhebungsland, $F(4, 406) = 6.37, p < .001, \eta^2 = .06$, was auf eine unterschiedliche Auffassung und Zuschreibung der Individualismuswerte hinweist. Darauf, dass sich die Beurteilungen je nach Avatar- oder Realvideobedingung unterscheiden können, deutete eine signifikante Interaktion zwischen Individualismus und Bedingung hin, $F(4, 406) = 3.55, p < .01, \eta^2 = .03$. Um diese Effekte näher zu betrachten, wurden die einfachen Haupteffekte nach Erhebungsland und Bedingung berechnet.

Die Berechnung der einfachen Haupteffekte und die post hoc paarweisen Vergleiche für Bedingung 1 zeigten, dass bei isoliert gezeigtem Verhalten ohne vorherige kulturelle Hintergrundinformation die Avatare der amerikanischen Politiker als signifikant individualistischer als die Avatare der anderen zwei Kulturen wahrgenommen wurden, $F(2, 136) = 11.77, p < .001, \eta^2 = .15$. Wenn die gleichen Avatare in Bedingung 2 mit Vorinformation gezeigt wurden, unterschieden sich die Individualismus-Beurteilungen für alle drei Kulturen signifikant voneinander, $F(2, 138) = 20.41, p < .001, \eta^2 = .23$. Die post hoc paarweisen Vergleiche identifizierten die amerikanischen Politiker als signifikant individualistischer als die der anderen beiden Kulturen. Die Avatare der deutschen Politiker wurden als signifikant weniger individualistisch als die amerikanischen und individualistischer als die arabischen Avatare gesehen. Die arabischen Politiker wurden als am wenigsten individualistisch eingeschätzt (s. Abbildung 32). In der Realvideo-Bedingung (Bedingung 3) hat die voll verfügbare visuelle Information zu einer ähnlichen Beurteilungstendenz der kulturellen Unterschiede wie in Bedingung 2 geführt, $F(2, 132) = 28.36, p < .001, \eta^2 = .30$. Hier zeigten die post hoc Vergleiche, dass die arabischen Politiker als signifikant weniger individualistisch eingeschätzt wurden als die der anderen beiden Kulturen.

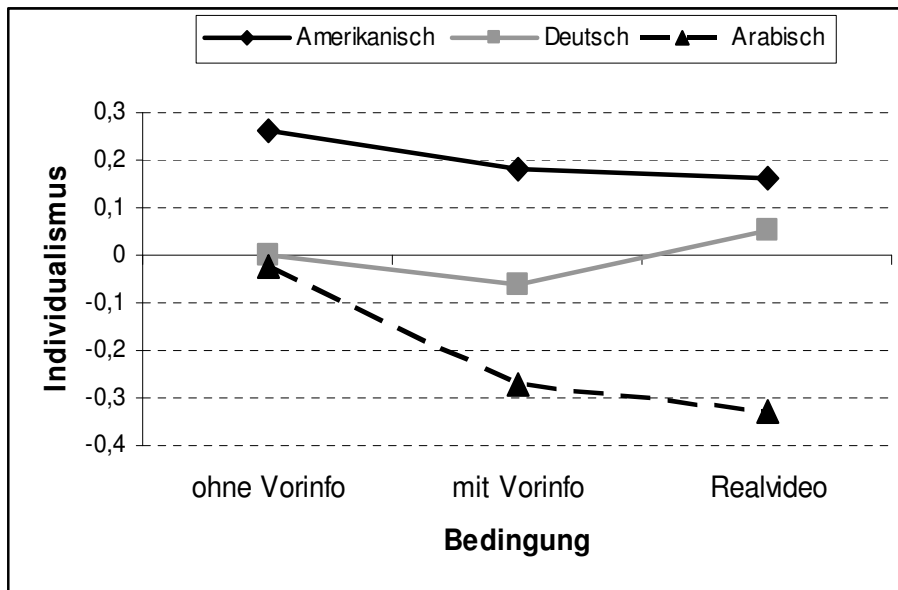


Abbildung 32: Darstellung des wahrgenommenen Individualismus nach Bedingung und Kultur

Kollektivismus und Kultur

Bezüglich des Faktors Kollektivismus ergab sich ebenso ein signifikanter Effekt für Kultur, $F(1.91, 386.64) = 22.48$, $p < .001$, $\eta^2 = .10$ ²⁰. Die post hoc Vergleiche zeigten Ausprägungen bezüglich der drei Kulturen in genau entgegengesetzter Richtung der Individualismuseinschätzung. Den arabischen Politikern wurden am meisten kollektivistische Werte zugeschrieben, während die amerikanischen Politiker als am wenigsten kollektivistisch gesehen werden. Die deutschen Politiker wurden ähnlich wie auf dem Individualismus Faktor in der Mitte als relativ neutral eingeschätzt (s. Abbildung 33). Eine signifikante Interaktion für den Faktor Kollektivismus mit den Faktoren Bedingung und Erhebungsland, $F(7.62, 386.64) = 3.56$, $p < .001$, $\eta^2 = .07$, wies auf unterschiedliche Tendenzen je nach Bedingung oder Land hin. Deshalb wurden auch hier die Haupteffekte für den Faktor Bedingung und Erhebungsland berechnet.

²⁰ Nach Greenhouse-Geisser Korrektur

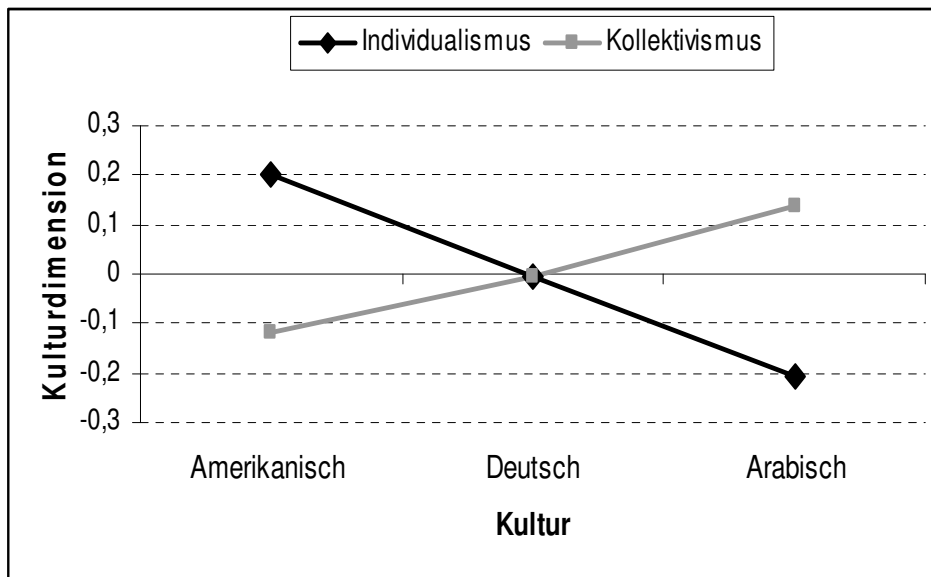


Abbildung 33: Abbildung Individualismus und Kollektivismus über alle drei Länder und alle drei Bedingungen hinweg

Die Berechnung der einfachen Haupteffekte für den Faktor Bedingung zeigte, dass sich in der ersten Bedingung ohne Vorinformation die Kulturen bezüglich der Zuschreibung von kollektivistischen Werten signifikant voneinander unterschieden, $F(2, 136) = 3.09$, $p < .05$, $\eta^2 = .04$. Obwohl die post hoc paarweisen Vergleiche keine signifikanten Differenzen ergeben, zeigt die Tendenz auf einem deskriptiven Niveau, dass die Avatare amerikanischer Politiker als am wenigsten und die Avatare der arabischen Politikern als am meisten kollektivistisch eingeschätzt wurden. Die Avatare der deutschen Politiker wurden dazwischen eingeschätzt, weniger kollektivistisch als die Araber und kollektivistischer als die Amerikaner (s. Abbildung 34). Die Ergebnisse für Bedingung 2, $F(2, 138) = 16.74$, $p < .001$, $\eta^2 = .33$, deuten darauf hin, dass sich die drei Kulturen signifikant voneinander unterschieden: die amerikanische als signifikant am wenigsten kollektivistisch, gefolgt von den deutschen Politikern und als am meisten kollektivistisch wurden immer noch die arabischen Politiker gesehen (s. Abbildung 32). Auch in Bedingung 3, als die politische Akteure selbst im Bild zu sehen waren, wurden zwar alle Politiker von den Rezipienten als kollektivistischer als in den anderen zwei Bedingungen gesehen, allerdings wurde die Tendenz beibehalten. Es ergab sich einen Haupteffekt für Kultur, $F(1.83, 120.64) = 5.36$, $p < .01$, $\eta^2 = .08$. Hier wurden die arabischen Politiker als signifikant kollektivistischer als die anderen beiden Kulturen wahrgenommen, die sich untereinander in der Einschätzung nicht signifikant unterschieden.

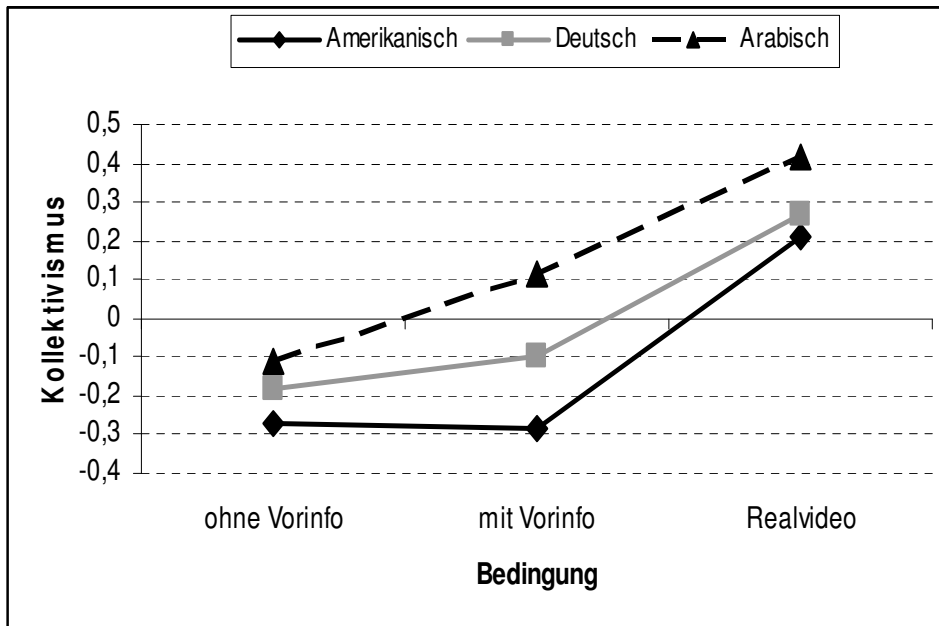


Abbildung 34: Darstellung des wahrgenommenen Kollektivismus nach Bedingung und Kultur

Individualismus und Kollektivismus in den USA, Deutschland und VAE

Die Berechnungen der einfachen Haupteffekte nach Erhebungsland ergaben folgende signifikante Unterschiede in der Zuschreibung von Individualismus- vs. Kollektivismuswerten.

In den USA zeigten die Haupteffekte sowohl für Individualismus, $F(2, 134) = 25.87$, $p < .001$, $\eta^2 = .28$, als auch für Kollektivismus signifikante Kulturdifferenzen in der Wahrnehmung. Die post hoc paarweisen Vergleiche zeigten, dass in den USA alle drei Kulturen signifikant unterschiedlich individualistisch beurteilt wurden. Den eigenen Politikern wurden am ehesten individualistische Werte zugeschrieben, den deutschen weniger, aber mehr als den arabischen. Genau umgekehrt wurden die kollektivistischen Werte zugeschrieben, $F(2, 134) = 5.54$, $p < .05$, $\eta^2 = .08$. Die post hoc paarweisen Vergleiche zeigen, dass in den USA die Rezipienten die arabische Kultur als signifikant kollektivistischer sehen als ihre eigene (vgl. Abbildung 35).

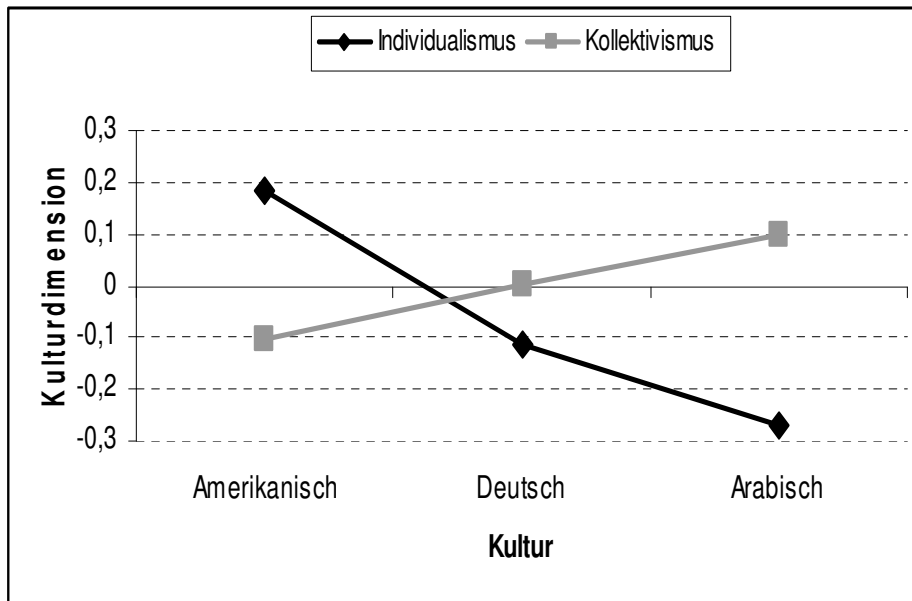


Abbildung 35: Individualismus vs. Kollektivismus Bewertungen in den USA

In Deutschland erwiesen sich die Haupteffekte sowohl für Individualismus²¹, $F(1.78, 120.72) = 33.92$, $p < .001$, $\eta^2 = .33$, als auch für Kollektivismus, $F(2, 136) = 7.75$, $p < .001$, $\eta^2 = .10$, signifikant (vgl. Abbildung 36). Die post hoc paarweisen Vergleiche zeigten, dass über alle Bedingungen hinweg die deutschen Rezipienten die deutschen und die amerikanischen Politiker ähnlich individualistisch sahen. Die arabischen Politiker schätzten sie wiederum als signifikant weniger individualistisch ein.

²¹ Nach einer Greenhouse-Geisser Korrektur

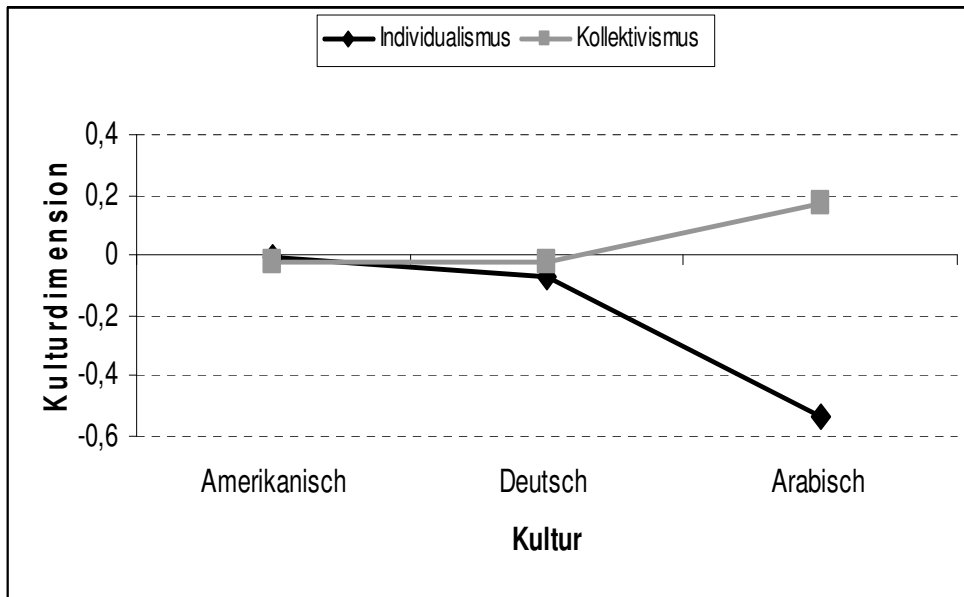


Abbildung 36: Individualismus vs. Kollektivismus Bewertungen in Deutschland

Die Zuschreibung der kollektivistischen Werte erfolgt vom deutschen Publikum in genau entgegengesetzter Richtung. Die arabischen Politiker wurden als signifikant kollektivistischer als die anderen beiden gesehen, die sich untereinander bezüglich Kollektivismus nicht unterschieden.

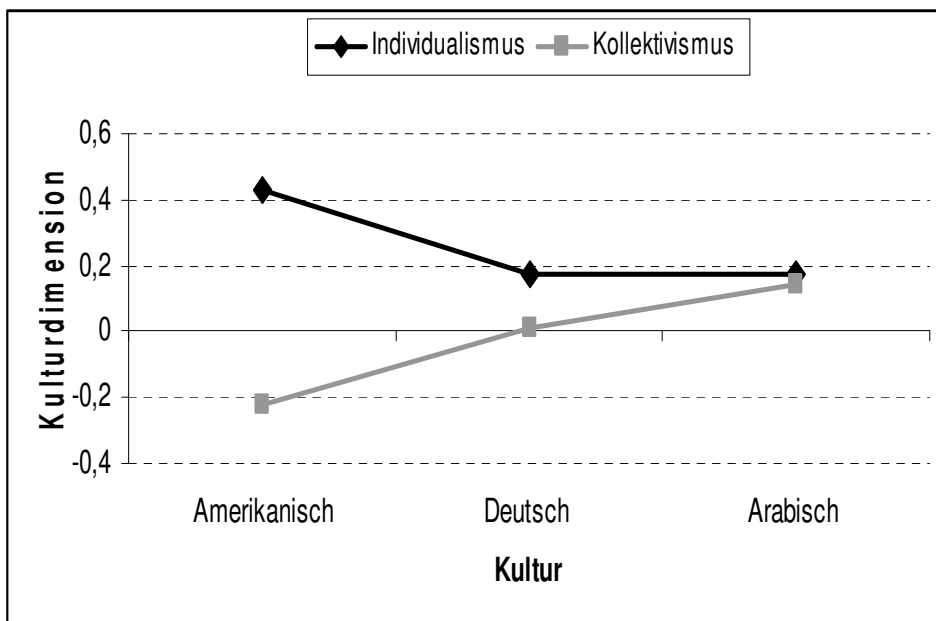


Abbildung 37: Individualismus vs. Kollektivismus Bewertungen in den VAE

In den Vereinigten Arabischen Emiraten bestätigte sich die Tendenz der Zuschreibung von Kulturwerten, die auch in den beiden anderen Ländern erkennbar wurde. Sowohl für Individualismus, $F(2, 136) = 8.46, p < .001, \eta^2 = .11$, als auch für Kollektivismus, $F(2, 136) = 11.39, p < .001, \eta^2 = 0.14$, wurde ein signifikanter Haupteffekt für Kultur erkennbar.

Allerdings wurden hier nur die beiden extremen Pole in kollektivistischer oder individualistischer Richtung deutlich erkannt. Die post hoc paarweisen Vergleiche zeigten für den Faktor Individualismus die amerikanischen Politiker als signifikant individualistischer als die der anderen beiden Kulturen. Die arabischen Rezipienten sahen ihre eigenen Politiker nicht signifikant individualistischer als die deutschen Politiker. Bezüglich der Dimension Kollektivismus sahen die arabischen Teilnehmer laut den post hoc paarweisen Vergleichen signifikante Unterschiede nur zwischen den amerikanischen Politikern und denen der beiden anderen Kulturen. Auf einer deskriptiven Ebene wurden die eigenen Politiker kollektivistischer eingeschätzt als die der anderen beiden Kulturen (s. Abbildung 37).

Für die Durchführung der zweiten Analyse wurden für die zwei Stufen des Face-ism-Index (hoch vs. niedrig) Mittelwerte gebildet. So entstanden die zwei Abstufungen des Face-ism-Faktors für die beiden abhängigen Variablen Individualismus vs. Kollektivismus. Diese wiederum wurden als Messwiederholungsfaktoren in jeweils einer $2 \times 3 \times 3$ Varianzanalyse mit Messwiederholungsdesign berechnet.

Individualismus und Face-ism

Bezüglich des Faktors Individualismus ergab die Analyse einen signifikanten Haupteffekt für Face-ism, $F(1, 203) = 51.0, p < .001, \eta^2 = .20$. Die mit einer höheren Gesichtsprominenz abgebildeten Politiker wurden individualistischer wahrgenommen ($M = .10, SD = .58$) als Politiker mit einer niedrigen Gesichtsprominenz ($M = -.12, SD = .61$). Dieser Effekt blieb unabhängig davon bestehen, ob die Rezipienten über die Herkunft der gezeigten Personen informiert waren oder nicht. Zusätzlich ergab sich ein signifikanter Effekt für das Erhebungsland zwischen den Rezipienten, $F(2, 203) = 15.29, p < .001, \eta^2 = .13$. Die post hoc Vergleiche zeigten, dass in den Vereinigten Arabischen Emiraten die Politiker generell als individualistischer gesehen wurden gegenüber Deutschland ($p < .001$) und den USA ($p = .001$). Wie Abbildung 38 zeigt, wurden den

Politikern mit einem höheren Face-ism-Index über alle drei Länder und Bedingungen hinweg höhere individualistische Werte zugeschrieben als Politikern mit einem niedrigeren Face-ism-Index. Darüber hinaus wurden keine weitere signifikante Effekte oder Interaktionen für den Faktor Individualismus gefunden.

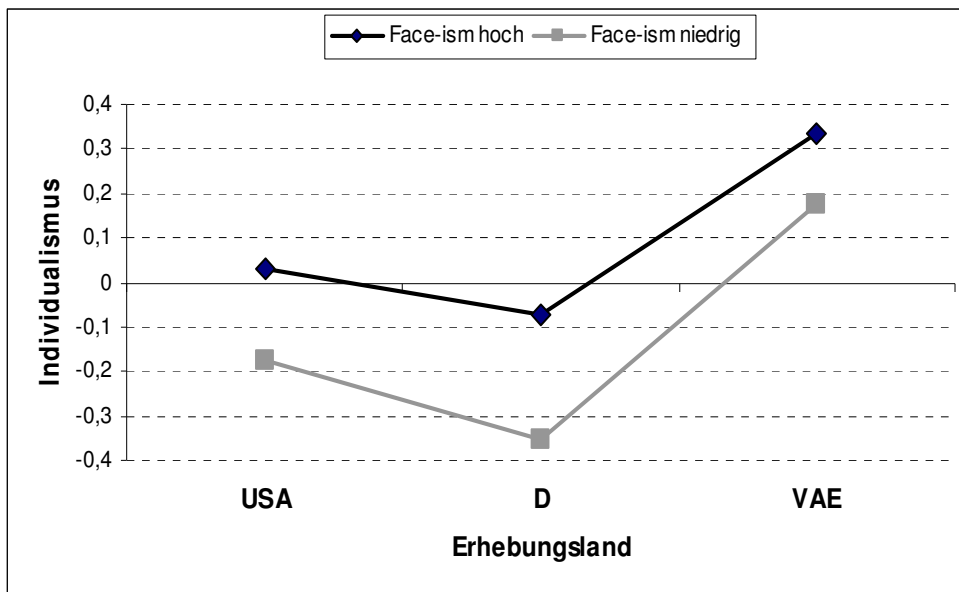


Abbildung 38: Individualismuseinschätzungen und Face-ism in den drei Erhebungsländern

Kollektivismus und Face-ism

Bezüglich des Faktors Kollektivismus ergab die Analyse ebenfalls einen signifikanten Haupteffekt für Face-ism, $F(1, 203) = 15.58, p < .001, \eta^2 = .07$. Wie Abbildung 39 zeigt, wurden die Politiker mit einem höheren Face-ism-Index als weniger kollektivistisch wahrgenommen ($M = -.06, SD = .65$) als Politiker mit einem niedrigen Face-ism-Index ($M = .07, SD = .61$). Darüber hinaus ergab sich keine Interaktion für Erhebungsland oder Bedingung.

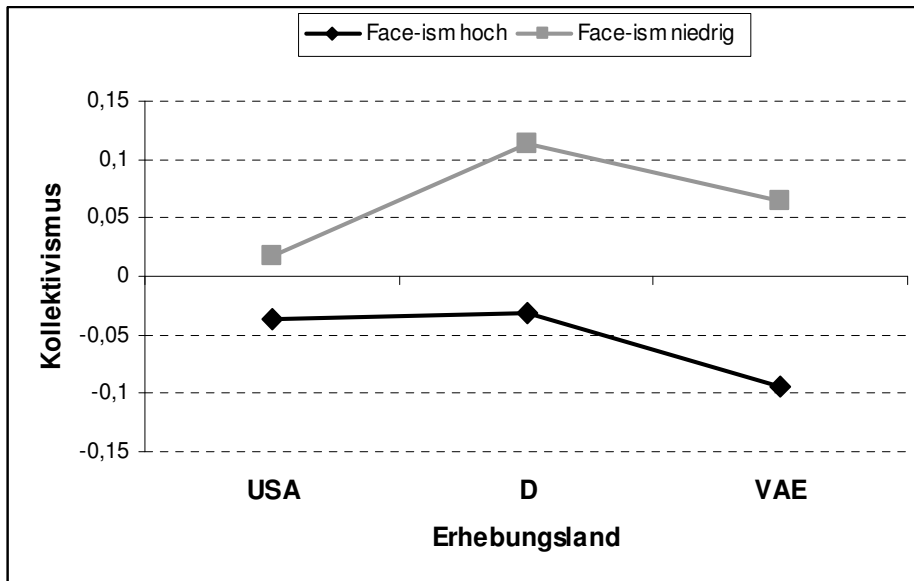


Abbildung 39: Kollektivismuseinschätzungen und Face-ism in den drei Erhebungsländern

Ferner ergab die Analyse einen signifikanten Zwischensubjekt-Effekt für Bedingung, $F(2, 203) = 14.76, p < .001, \eta^2 = .13$. Dieser zeigte, dass allgemein den Politikern in der Realvideo-Bedingung höhere Kollektivismuswerte zugeschrieben wurden als Politikern in den zwei anderen Bedingungen ($p < .001$).

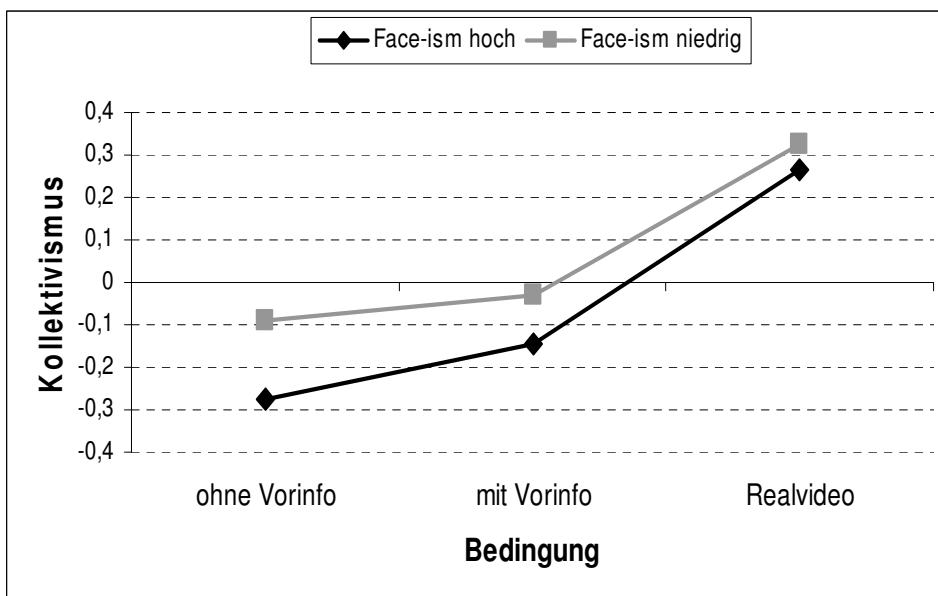


Abbildung 40: Kollektivismuseinschätzungen und Face-ism in den drei Bedingungen

Auf einem deskriptiven Niveau wurden jedoch den Politikern mit einer niedrigeren Gesichtsprominenz, auch bei Kenntnis des kulturellen Hintergrunds und vollständiger visueller Information, weiterhin höhere kollektivistische Werte zugeschrieben als Politikern mit einer hohen Gesichtsprominenz (vgl. Abbildung 40).

3.2.3.3 Nonverbales Verhalten: Strukturanalyse

Um zu überprüfen, ob die oben beschriebenen Wahrnehmungsunterschiede sich in objektiven strukturellen Unterschieden des nonverbalen Verhaltens widerspiegeln und um der Forschungsfrage 9 nachzugehen, wurden hier aus den kodierten Protokollen mit der Hilfe der Softwareprogramme PARAGANOS (Leuschner & Bente, in Vorbereitung) und NVB-Lab (Bente, in Vorbereitung) nonverbale Parameter extrahiert und berechnet. Mit Hilfe dieser Programme wurden aus den Rohdaten die mathematischen Ausprägungen von nonverbalen Verhaltensparametern pro kodierten Frame ermittelt und für eine inferenzstatistische Auswertung aufbereitet. Im Folgenden werden die Ergebnisse dieser Analyse dargestellt.

Nonverbales Verhalten und Face-ism

Zuerst wurde überprüft, ob die Unterschiede, die bei der Auswertung medialer Inszenierung im Bezug auf Dominanz, Sympathie und Kompetenz gefunden wurden, auf Unterschiede im nonverbalen Verhalten der gezeigten politischen Akteure zurückgeführt sein können. Für diese Analyse wurden relevante Parameter selektiert wie

- die allgemeine Aktivität des im Bild präsentierten Oberkörpers (wie viele Körperteile sich bewegt haben – Kopf, Brust, Ellenbogen, Arme und Hände),
- die dimensionale Aktivität des im Bild präsentierten Oberkörpers (in wie vielen Dimensionen – x, y, z – sich die Körperteile bewegt haben: Kopf, Brust, Ellenbogen, Arme und Hände)

- das translationale Bewegungsausmaß der gleichen Körperteilen (wie groß die metrische Veränderung im Raum oder die gemessene euklidische²² Distanz pro Frame ist, die aus der Bewegung folgt)
- die Expansivität der Arme (die euklidische Distanz der Arme zur Brust)
- die soziale Orientierung des Kopfes (die Orientierung zur Kamera und somit zum Zuschauer).

Es wurde für jeden Parameter als abhängige Variable jeweils eine univariate Varianzanalyse mit dem festen Faktor Face-ism (mit zwei Ausprägungen hoch vs. niedrig, als abhängige Variable) gerechnet. Die Verteilung der gezeigten 15 Politiker auf die zwei Gruppen A und B wurde wie bereits beschrieben nach einem Mediansplitt vorgenommen. Alle fünf Analysen wiesen eindeutig darauf hin, dass sich die zwei Gruppen nicht signifikant voneinander unterschieden. Die inferenzstatistischen Werte der univariaten Analysen für die einzelnen Parameter ergaben keine signifikante Unterschiede für die allgemeine Aktivität des Oberkörpers, $F(1, 13) = 1.51, p = .24, n.s.$ Ebenfalls keine signifikante Ergebnisse wurden für die dimensionale Aktivität des Oberkörpers $F(1, 13) = .14, p = .72, n.s.$ gefunden. Im translationalen Bewegungsausmaß ergaben sich weiterhin keine signifikante Unterschiede, $F(1, 13) = .003, p = .96, n.s.$ Für die Expansivität der Arme, $F(1, 13) = .05, p = .83, n.s.$, wie auch für die soziale Orientierung des Kopfes, $F(1, 13) = .31, p = .59, n.s.$, konnten keine signifikante Ergebnisse gefunden werden.

Nonverbales Verhalten und Kultur

Nach den gefundenen Unterschieden auf der Rezeptionsebene wurde ebenfalls auf der Produktionsebene analysiert, ob die Herkunft der Politiker eine wichtige Rolle beim medial präsentierten nonverbalen Verhalten spielt. Dabei wurden die gleichen relevanten nonverbalen Parameter ausgewertet und inferenzstatistisch für die 10 politischen Akteure pro Kultur verglichen. Jeweils eine univariate Varianzanalyse wurde pro Parameter als abhängige Variable mit dem festen Faktor Kultur der jeweiligen Politiker (mit

²² Im dreidimensionalen Raum stimmt die euklidische Distanz mit dem anschaulichen Abstand überein.

dreistufiger Ausprägung: USA, Deutschland und arabische Welt) gerechnet. Auch hier zeigten alle fünf Analysen keine signifikanten Kulturunterschiede in der Produktion von nonverbalem Verhalten. Bei der allgemeinen Aktivität des Oberkörpers unterschieden sich die Politiker mit einem unterschiedlichen kulturellen Hintergrund nicht signifikant voneinander, $F(2, 27) = .32, p = .73, n.s.$ Auch in Bezug darauf, wie viele Dimensionen aller ausgewerteten Körperteile eine Veränderung durchgemacht haben, zeigten sich keine Kulturunterschiede bei den Politikern, $F(2, 27) = .85, p = .44, n.s.$ Das translationale Bewegungsausmaß im Raum unterschied sich unter den Politikern aus den drei Kulturen ebenfalls nicht signifikant, $F(2, 27) = .61, p = .55, n.s.$ Zu einem ähnlichen Ergebnis hat die Analyse der Expansivität geführt, indem sich die Kulturen bezüglich der Armgestik im Raum nicht signifikant unterschieden, $F(2, 27) = .64, p = .54, n.s.$ Die Analyse der sozialen Orientierung des Kopfes ergab, dass in allen drei Kulturen die Politiker in den Nachrichtensequenzen nicht signifikant unterschiedlich in die Kamera und somit zum Zuschauer schauten, $F(2, 27) = .80, p = .46, n.s.$

3.2.4 Zusammenfassung und Diskussion

Die zweite Studie wurde konstruiert, um Differenzen in Wirkung und Verhalten (Rezeption und Produktion) von nationalen politischen Machträgern, inszeniert in den amerikanischen, deutschen und arabischen Nachrichten, zu untersuchen. Die zentralen Fragen wurden auf drei Ebenen konzipiert und überprüft: (1) parametrische Unterschiede in der Inszenierungstechnik; (2) Rezeption der Politiker in Abhängigkeit von (2a) unterschiedlichem Face-ism-Index; (2b) unterschiedlicher Kulturzugehörigkeit; (2c) der Zuschreibung von Kulturwerten und (3) strukturelle Unterschiede in der Produktion nonverbalen Verhaltens.

Zuerst wurde der dritten Forschungsfrage nachgegangen, ob sich die Inszenierungsgröße des Kopfes von Politikern zwischen den Kulturen unterscheidet (s. Kapitel 3.2.3.1). Diesbezüglich wurde der ermittelte Face-ism-Index zwischen den Kulturen statistisch verglichen. Die Ergebnisse zeigten keine signifikanten Kulturunterschiede. Darüber hinaus wurde theoriegeleitet erwartet, dass Politiker mit einem groß abgebildeten Kopf (hoher Face-ism-Index) dominanter (Hypothese 3), unsympathischer (Hypothese 4) und kompetenter (Hypothese 5) wahrgenommen werden als Politiker mit einer körperbetonten Darstellung (niedriger Face-ism-Index).

Die Ergebnisse konnten die dritte Hypothese sowohl auf Faktor- als auch auf Item-Niveau bestätigen (vgl. Zuckerman & Kieffer, 1994). Die amerikanischen, deutschen und arabischen Zuschauer schrieben über alle Bedingungen hinweg den Politikern mit einem hohen Face-ism-Index signifikant mehr Dominanz zu. Stereotype Einflüsse durch Vorinformationen über die Kulturzugehörigkeit der politischen Stimuli zeigten in Bezug auf Face-ism keinen signifikanten Einfluss auf die Zuschreibung von Dominanz. Die Berechnung auf Itemebene bestätigte die Ergebnisse und zeigte zusätzlich, dass die Politiker – unabhängig vom weiterhin bestehenden Face-ism-Effekt – in der Realvideobedingung allgemein dominanter erschienen als in den anderen beiden Bedingungen. Eine Erklärung dafür könnte die politische kontextuelle Umgebung darstellen, die allgemein die Machtinszenierung vervollständigte und in diesem experimentellen Setting nur in der Realvideobedingung vorhanden war.

Bei der Auswertung der Eindrucksurteile nach Sympathie wurde theoriegeleitet erwartet, dass Politiker mit höherem Face-ism-Index unsympathischer wahrgenommen werden im Vergleich zu Politiker mit niedrigerem Face-ism-Index (vgl. Zuckerman, 1986).

Über alle drei Erhebungsländer hinweg konnte die vierte Hypothese diesbezüglich bestätigt werden. Allerdings konnte eine tiefere Analyse der einfachen Haupteffekten in allen drei Bedingungen keinen homogenen Urteilen nachweisen.

In den beiden Avatar-Bedingungen mit und ohne Vorinformation wurden über alle drei Erhebungsländer hinweg alle Politiker als sympathisch wahrgenommen. Die körperbetonten Figuren (niedriger Face-ism-Index) wurden jedoch noch sympathischer wahrgenommen als die Avataren mit groß abgebildeten Köpfen. In der Realvideo-Bedingung kehrte sich dieser Effekt um. Die real zu sehenden Politiker wurden allgemein unsympathischer bewertet. Diejenigen, die einen größeren Face-ism-Index aufwiesen, wurden dabei weniger unsympathisch wahrgenommen als diejenigen mit einem niedrigeren Face-ism-Index. In den einzelnen Erhebungsländern unterschieden sich die Bewertungen in Bezug auf Face-ism nicht signifikant. Ausnahme war die Bedingung 2 Avatar mit Vorinformation. Dabei nahm die arabische Stichprobe die groß abgebildeten Politikerköpfe, mit dem Vorwissen zu welcher Kultur diese gehören, als signifikant unsympathischer wahr als die klein abgebildeten. Diese Stereotypisierung deutete auf eine Variablenkonfundierung, der weiterhin empirisch nachgegangen wurde und später erläutert wird.

Bezüglich der fünften Hypothese wurde aufgrund früherer Studien erwartet, dass Politiker mit einer höheren Kopfprominenz kompetenter wirken als Politiker mit einer niedrigeren Kopfprominenz (vgl. Schwarz & Kurz, 1989). Diese Hypothese konnte nicht bestätigt werden. Über alle drei Länder und Bedingungen hinweg wurden die größer abgebildeten Politiker als signifikant inkompetenter empfunden als die kleiner abgebildeten. Obwohl es nicht Teil der Fragestellung war, wurde der Vollständigkeit halber auch die Zuschreibung von Entspannung ausgewertet. Diese fiel signifikant positiver für die größer abgebildeten Politiker aus.

Die Aufteilung der zwei zu untersuchenden Politikergruppen mit hohem und niedrigem Face-ism-Index ist zwar nach objektiven Kriterien durchgeführt worden, dennoch kam es dadurch zu einer unbalancierten Verteilung der kulturellen Zugehörigkeit. Dies führte zu einer Überrepräsentation der Amerikaner in der einen und zu einer Unterrepräsentation in der anderen Gruppe: in die Gruppe mit hohem Face-ism-Index flossen vier amerikanische, zwei deutsche und zwei arabische Politiker ein; in der Gruppe mit niedrigem Face-ism-Index wurden dagegen ein amerikanischer, drei deutsche und drei arabische

Politiker präsentiert. Daher wurde eine Überprüfung der Dominanz- und Sympathiebewertungen nicht mit dem exakten Medianwert durchgeführt. Ohne die Einschätzung von George W. Bush entstanden zwei Gruppen mit gleicher Anzahl an politischen Stimuli. Zusätzlich konnten die direkten Mittelwertevergleiche zeigen, dass Bush als der dominanteste Amerikaner über alle drei Länder hinweg gesehen wurde. Dennoch blieben die Ergebnisse für Dominanz und Sympathie auch nach dem Ausschluss seiner Daten bestehen. Dies sprach für die Konsistenz der Ergebnisse.

Auf der Ebene (2b) wurde eine Analyse konstruiert, welche die präsentierten Daten nach Kulturunterschieden untersuchte sowie die fünfte und sechste Forschungsfrage beantwortete (s. Kapitel 3.2.3.2.2). Darüber hinaus wurde dadurch der Konfundierung weiterhin nachgegangen. Bezüglich der Zuschreibung von Dominanz zeigten die Ergebnisse, dass über alle drei Länder und Bedingungen hinweg die amerikanischen Politiker dominanter als die anderen beiden Kulturen eingeschätzt wurden. Die deutschen Politiker wurden eher unterwürfig gesehen, aber dominanter im Vergleich zu den Arabern. Dieser Effekt blieb allerdings nicht bestehen, wenn die Politiker mit der Vorinformation über den kulturellen Hintergrund präsentiert wurden. In der deutschen Stichprobe wurden die eigenen Politiker dabei als wesentlich dominanter bewertet. In den USA und VAE ließ diese Vorinformation, nicht aber die vollständige visuelle Information, die Avatare der arabischen Politiker dominanter erscheinen als die der deutschen. Wie sympathisch die politischen Stimuli bei den Rezipienten ankamen, zeigte die statistische Analyse nach Kultur, Bedingung und Erhebungsland. Anders als bei der Dominanzbewertung waren hier keine eindeutigen Muster zu erkennen. Zwischen den Ländern und über alle Bedingungen hinweg bestand kein Konsensus in der Sympathiebewertung. Insgesamt wurden die amerikanischen Politiker als signifikant unsympathischer empfunden als die der anderen beiden Kulturen. Interessant ist hier allerdings die Feststellung, dass die amerikanischen Rezipienten ihre eigenen Politiker in den beiden Avatar-Bedingungen zwar sympathisch, dennoch signifikant weniger sympathisch als die anderen zwei Kulturen wahrnahmen.

In der Realvideo-Bedingung werden über alle drei Erhebungsländer hinweg die amerikanischen Politiker als wesentlich unsympathischer wahrgenommen. In allen drei Bedingungen wurden die deutschen Politiker am sympathischsten bewertet. Im Gegensatz zu den Dominanzbewertungen konnten bei der Sympathiebewertung deutliche stereotype Einflüsse erkannt werden. In der Bedingung mit Vorinformation über den kulturellen

Hintergrund wurden die eigenen Politiker jeweils in allen drei Ländern als relativ sympathisch bewertet. Allerdings verschärfte sich der Kontrast in den VAE zwischen der Bewertung eigener Politiker als sehr sympathisch vs. der Bewertung der fremden – insbesondere der amerikanischen – Politiker als extrem unsympathisch.

Insgesamt wurden in der Realvideobedingung mit der gesamten kontextuellen Information ausschließlich deutsche Politiker positiv wahrgenommen. Eine mögliche Erklärung dieser Tatsache könnte damit verbunden sein, dass die arabische und amerikanische Kultur nicht neutral vor der aktuellen politischen Kulisse betrachtet werden konnten. Diese zwei Kulturen befanden sich zu der Zeit der TV-Aufnahmen in einem militärischen Konflikt. Die negativere Bewertung der amerikanischen Politiker könnte mit der amerikanischen Intervention an einigen Brennpunkten der Welt, insbesondere im Nahen Osten, verbunden sein.

Bei der Bewertung von Kompetenz wurden ebenfalls allgemeine Kulturunterschiede entdeckt. Die arabischen Politiker wurden über alle drei Bedingungen und Erhebungsländer hinweg als signifikant kompetenter als die anderen beiden Kulturen gesehen. Die stereotype Information über das Herkunftsland ergab hierbei keinen signifikanten Einfluss. In der Realvideobedingung wurden alle Politiker kompetenter empfunden als in den beiden Avatar-Bedingungen. Dies könnte wiederum mit der kognitiven Verarbeitung der kontextuellen Cues zusammenhängen, die den Status und die Entscheidungsmacht der präsentierten Personen salient machten.

Bezüglich Entspannung, was nicht Teil der Fragestellung war, haben sich nur die amerikanischen von den deutschen Politikern in der Beurteilung unterschieden. Die amerikanischen Politiker wurden als signifikant entspannter wahrgenommen.

Zusammenfassend zeigten die Ergebnisse der fünften Forschungsfrage, dass Kulturunterschiede in der Wahrnehmung von Dominanz, Sympathie und Kompetenz gefunden werden konnten. Allgemein wurden die amerikanischen Politiker signifikant dominanter, aber auch unsympathischer wahrgenommen. Die arabischen Politiker wurden signifikant kompetenter und die deutschen Politiker signifikant sympathischer wahrgenommen. Die bewertenden Kulturen waren sich in der Beurteilung über die Zuschreibung von Dominanz und Kompetenz, jedoch nicht für Sympathie einig.

Es wurde eine Aufschlüsselung und Gegenüberstellung der Dominanz- und Sympathiebewertungen der Politiker vorgenommen, um noch mal einzeln die Realvideo- und Avatar-Einschätzungen der gleichen Stimuli miteinander zu vergleichen.

Für Dominanz deuteten die Ergebnisse für alle 15 Politiker in allen drei Kulturen auf eine hohe Übereinstimmung hin. Dies diente als Treatment-Check für den Avatareinsatz, der somit die methodische Herausforderung der Hinweisreizübertragung erfüllt. Zusätzlich zeigten die Daten, dass sich die hierarchische Reihenfolge der Politiker in den Bewertungsdaten, insbesondere bei Dominanz, wieder findet. Die meiste Dominanz wurde auch dem mächtigsten Politiker im amerikanischen Politiksystem, dem Präsidenten, zugeschrieben. Die Spiegelung des amerikanischen Gesellschaftssystems in der medialen Übertragung hatten bereits Masters, Frey und Bente (2001) empirisch nachweisen können. Diese Befunde wurden hiermit repliziert.

Die Gegenüberstellung von Sympathie zeigte allerdings bei Realpersonen vs. Avataren Bewertungen in entgegen gesetzter Richtung. Dies deutet darauf hin, dass andere Variablen, wie zum Beispiel die vollständige Kontextualisierung eines Akteurs oder auch die stereotype Zugehörigkeitsinformation, hier eine Rolle spielen könnten. Offen bleibt jedoch die Frage nach der Effektivität des Einsatzes von virtuellen Figuren für die Bewertung von Sympathie.

Die zentralen Kulturdimensionen Individualismus und Kollektivismus wurden auf der Analyseebene (2c) herangezogen, um die Wertezuschreibung und Zugehörigkeitserkennung des inszenierten Verhaltens zu überprüfen (s. Kapitel 3.2.3.2.4). Theoriegeleitet wurde erwartet, dass die amerikanischen Stimuli am meisten individualistisch, gefolgt von den deutschen Stimuli, die arabischen hingegen am wenigsten individualistisch eingeschätzt werden (Hypothese 7). Im Gegensatz dazu wurde für die Zuordnung von kollektivistischen Werten umgekehrt erwartet, dass die arabischen Politiker am meisten kollektivistisch, gefolgt von den deutschen und die amerikanischen Politiker am wenigsten kollektivistisch eingeschätzt werden (Hypothese 8).

Die Ergebnisse konnten sowohl die Individualismus- als auch die Kollektivismuszuschreibung in der erwarteten Richtung bestätigen. In Bezug auf die mediale Inszenierung zeigten die Daten, dass systematische Unterschiede in der Zuschreibung von Individualismus- und Kollektivismuswerten gefunden werden konnten (Forschungsfrage 7). Politiker mit einem hohen Face-ism-Index wurden über alle Länder und Bedingungen hinweg als signifikant individualistischer eingeschätzt als Politiker mit einem niedrigeren Face-ism-Index. Diese hingegen wurden über alle Erhebungsländer und Bedingungen hinweg als kollektivistischer wahrgenommen. In den Vereinigten Arabischen Emiraten wurden jedoch die Politiker generell individualistischer eingeschätzt als in den

anderen beiden Erhebungsländern. Allerdings blieb die Wertezuschreibung bestehen, nach der Politiker mit höherem Face-ism-Index signifikant individualistischer gesehen wurden als Politiker mit niedrigerem Face-ism-Index. Die stereotype Kulturinformation spielte keine Rolle bei der Einschätzung von Individualismus (Forschungsfrage 8). Bei der Einschätzung von Kollektivismus wurden dagegen in der Avatar-Bedingung alle Politiker unabhängig von der kulturellen Zugehörigkeit als signifikant weniger kollektivistisch eingeschätzt. Die erwarteten kulturellen Unterschiede blieben auf einem deskriptiven Niveau jedoch bestehen. In der Realvideobedingung hingegen werden alle Politiker unabhängig vom Kulturhintergrund signifikant kollektivistisch eingeschätzt. Die signifikanten Unterschiede zwischen den gezeigten Kulturen blieben jedoch hier ebenfalls in der erwarteten Richtung bestehen. Dieses Phänomen kann mit der kognitiven und bewussten Zuordnung zur kulturellen Gruppe erklärt werden. In der Bedingung ohne Vorinfo war bekannt, dass es sich um Politiker handelt. Sie könnten daher als individuelle Einzelpersonen betrachtet worden sein, gleichzeitig aber auch als weniger kollektivistisch. In der Realvideobedingung dagegen ist sowohl die Information über die Zugehörigkeit gegeben als auch alle visuelle Cues, die einen Politiker zugehörig erscheinen lassen, wie Kleidung, Nationalfahne etc. Dadurch wurden die Politiker nicht mehr als Einzelperson, sondern als Gruppenmitglied gesehen. Die signifikanten Kulturunterschiede deuten dennoch darauf hin, dass den einzelnen Kulturen die erwarteten Kulturwerte entsprechend zugeordnet werden können.

Abschließend wurde der Frage nachgegangen, ob Politiker aus unterschiedlichen Kulturen und mit unterschiedlichem Face-ism-Index systematische Unterschiede im nonverbalen Verhalten zeigen. Dies sollte zum einen die letzte Forschungsfrage 9 beantworten und zum anderen mehr Aufschluss darüber geben, ob sich die in der Wahrnehmung gefundenen Differenzen möglicherweise in der Produktion von nonverbalem Verhalten unterscheiden (Forschungsfrage 9). Es wurden Datenprotokolle der Parameter, die sowohl als indikativ für Dominanz als auch für allgemeine erwartete Kulturdifferenzen festgelegt wurden, untersucht. Die inferenzstatistische Analysen sowohl in Bezug auf Kultur als auch auf Face-ism haben keine signifikanten Unterschiede im nonverbalen Verhalten der Politiker ergeben. Mehrere Erklärungen könnten diesem Phänomen zugrunde liegen. Zum einen könnte die ähnliche Verhaltensproduktion daran liegen, dass sich die politische nonverbale Sprache zwischen den Kulturen globalisiert hat. Ohne Vorinformation waren jedoch Wahrnehmungsunterschiede zu finden. Dies spricht

wiederum dafür, dass im politischen Rahmen der medialen Übertragung eher andere Merkmale wie z.B. die Inszenierung eine Rolle spielen. Hierfür sprechen auch die signifikanten Ergebnisse für die unterschiedliche Kopfabbildungsgröße (Face-ism-Index). Darüber hinaus sind es möglicherweise auch andere Merkmale, z. B. die dynamischen Qualitäten wie Beschleunigung (die in dieser Arbeit nicht erfasst wurden), die entscheidend für die Personwahrnehmung in den ersten 10 Sekunden sein können. Eine Limitierung der vorliegenden Arbeit bleibt jedoch die reduzierte Anzahl der verwendeten Stimuli.

4 Diskussion

Bennett (1987) nimmt an, dass der Weltentwicklung eine Konvergenz von kulturellen Netzwerken zu Grunde liegt, was zu einer globalen und dominanten Kultur führen wird: „the one that is universal“ (vgl. Smith, 1992, S. 218). Zwanzig Jahre später mit immer rasanteren technischen Vorschritten sind viele kulturelle Grenzen medial überschritten, viele Netzwerke global konstruiert und neue interkulturelle Kommunikationsdimensionen erschaffen. Dennoch wurden die nationalen Grenzen trotz politischer Vereinigung zwischen Nationen nicht aufgehoben. Die lokalen politischen Instanzen bleiben weiterhin an der Macht über das globale Weltgeschehen zu entscheiden. Es stellt sich also hier die Frage, ob die kulturellen Grenzen nur überschritten oder auch überwunden worden sind. Wenn diese nicht überwunden worden sind und die Kulturen nach einer Aufrechterhaltung der eigenen Werte streben, so sollten sich diese Werte im Gesellschaftssystem und durch die massenmedialen Kommunikationsinstanzen in der Kultur widerspiegeln.

Die vorliegende Arbeit ging davon aus, dass sich Kulturen unterscheiden. In Anlehnung an bewährte, allerdings nicht erschöpfende kulturdimensionale Differenzierung, wurden drei Kulturen in die Analyse einbezogen, die das Potential eines kontrastierenden Ergebnisbildes mit sich brachten. Die amerikanische Kultur als eher individualistisch (Hofstede 1980, 2003), low-context (Hall, 1976, 1979), autonom (Schwartz, 1994), und analytisch (Nisbett, Peng, Choi, & Norenzayan, 2001) wurde der arabischen Kultur (kollektivistisch, high-context, konservativ und holistisch [Klassifikation aus denselben Quellen]) gegenübergestellt. Der deutschen Kultur wurde ein ähnliches Profil wie der amerikanischen Kultur unterstellt. Es wurde dabei eine Etic-Herangehensweise für die methodische Operationalisierung gewählt, die zwar anfällig für kulturinterne Verständigungsprobleme sein kann, dennoch eine hohe Standardisierung der Instrumente und somit eine valide Vergleichbarkeit gewährleistet.

In einer übergreifenden Analyse wurde auf zwei unterschiedlichen Ebenen die mediale Inszenierung von Macht untersucht. Zum einen wurde hier aus medienpsychologischer Sicht erwartet, dass Unterschiede in der medialen Aufbereitung gefunden werden, die sich auch in Kulturunterschieden niederschlagen. Zum anderen wurde die Machtrepräsentation anhand der inszenierten Personen untersucht und detailliert deren Inszenierung, Rezeption und Produktion verglichen. Die Hauptschwerpunkte der methodischen

Umsetzung bezogen sich auf die Operationalisierung des medialen Rahmens, der Kultur und des nonverbalen Verhaltens.

Auf der ersten, makroanalytischen Ebene wurde der massenmediale Rahmen der Inszenierung zwischen den Kulturen verglichen. Dabei wurden sowohl in der Pilot- als auch in der Hauptstudie interkulturelle Unterschiede in der generellen Inszenierung und der Nachrichtenzusammensetzung gefunden. Die amerikanischen Nachrichten haben insgesamt mehr selbst-fokussierte Nachrichten berichtet, eher Einzelpersonen in Szene gesetzt, meistens Politiker oder Soldaten. Diese Akteure wurden meistens unter sich, alleine oder mit anderen Politikern, repräsentiert. Als Kontrastdarstellung haben die arabischen Nachrichten wie erwartet mehr Gruppen in Szene gesetzt, meistens repräsentiert durch Bürger oder andere Privatpersonen. Diese Befunde wurden in Bezug auf Individualismus/ Kollektivismus so interpretiert, dass der Fokus in den entsprechenden Kulturen auf die gesellschaftliche Einheit Individuum vs. Gruppe gesetzt wurde. Deutschland unterschied sich signifikant in der Gestaltung der kommunikativen Umgebung der Hauptakteure. In den Nachrichten wurden die Politiker kommunikativ häufiger mit Gruppen von Journalisten und Demonstranten zusammengesetzt. Dies spiegelte wiederum die Struktur des demokratischen Gesellschaftssystems in Deutschland wider. Insgesamt wurde wie erwartet der kommunikative und situative Kontext in den arabischen Nachrichten reichhaltiger gestaltet, was als charakteristisch für high-context interpretiert wurde.

Die medientechnische Variable „Kameraeinstellung“, die auf der makromedialen Ebene inhaltsanalytisch erhoben und ausgewertet wurde, lieferte mehr Aufschluss über die para-proxemische Distanz zum Zuschauer. Die Ergebnisse zeigten, dass, während in den arabischen politischen Nachrichten eher weite Einstellungen, z.B. die Totale, verwendet wurden, kamen in den amerikanischen und deutschen Nachrichten eher Nahaufnahmen und Close-ups zum Einsatz. Diese Befunde wurden bereits nach der explorativen Pilotstudie spekulativ als eine Indikation für Machtdistanz interpretiert und wurden in der Hauptstudie repliziert. Davon ausgehend, dass die meist inszenierten Personen die statusmächtigsten Politiker des Landes darstellen, beruht diese Interpretation auf der Annahme, dass in einer kollektivistischen Gesellschaft ein Ungleichgewicht in der hierarchischen Machtorganisation entsteht, das sich letztendlich in der para-proxemischen Distanz zwischen mächtigem Politiker und ohnmächtigem Zuschauer widerspiegelt. Umgekehrt wurde die kleinere para-proxemische Distanz zum Zuschauer, also die nähere Kameraeinstellung, als Indikator einer individualistischen Gesell-

schaft gesehen. In einem alternativen Erklärungsversuch kann die Kameraeinstellung mit der Reichhaltigkeit des Kontextes zusammenhängen. Je weiter die Perspektive, desto größer die Möglichkeiten mehrere Akteure und Details im Bild zu inszenieren und es kontextuell reichhaltiger zu gestalten (high-context). Je näher dagegen die Perspektive, desto kontextärmer gerät das Bild. Die Möglichkeit mehr Information (Akteure und Details) im Bild zu platzieren, ist nicht weiter gegeben (low-context).

Die mediale Inszenierung von politischen Machträgern war in der vorliegenden Arbeit von zentralem Interesse. Deshalb wurde die Analyse eine Ebene tiefer – mikroanalytisch – fortgesetzt. Hierbei wurden die zehn mächtigsten Politiker pro Kultur ausgewählt und diese Akteure in konkreten medialen Sequenzen medientechnisch, wirkungsanalytisch sowie strukturanalytisch untersucht.

Die erste, medientechnische Analyse schloss an der letzten makromedialen Untersuchung an. Hier wurde allerdings nicht direkt die Entfernung zum Zuschauer, sondern die abgebildete Kopfgröße der präsentierten Politiker verglichen. Ein objektives Maß dazu lieferte das Konzept des Face-ism-Index (Archer, Iritani, Kimes, & Barrios, 1983; Zuckerman & Kieffer, 1994). Die mathematische Berechnung wurde durch die innovative Methode der Computeranimation und anschließende Parametrisierung von Bewegungsdaten ermöglicht. Somit konnten, nach einer vollständigen Animation der politischen Akteure, Parameter wie abgebildete Kopfgröße in Relation zur Kamera pro Frame berechnet werden. Die ersten Ergebnisse zeigten, dass, obwohl im theoretischen Hintergrund Indizien für Unterschiede in der Kopfgrößendarstellung zwischen den Kulturen gefunden wurden, die statistischen Berechnungen diese Vermutung aufgrund der vorhandenen Daten nicht bestätigen konnten. Eine mögliche Erklärung hierzu kann aus der Untersuchung von Zuckerman und Kieffer (1994) herangezogen werden. Die Autoren konnten zeigen, dass Rassenunterschiede im abgebildeten Face-ism-Index hell- und dunkelhäutiger Personen vorhanden waren. Dunkelhäutige wurden mit einer kleineren Gesichtsprominenz als Hellhäutige dargestellt. Jedoch konnten Zuckerman und Kieffer (1994) nachweisen, dass dieser Effekt verschwand, wenn der Autor der Abbildung auch dunkelhäutig war. Daraus konnte abgeleitet werden, dass für die Darstellungsart die Perspektive des Autors eine besondere Rolle spielt. In der vorliegenden Studie stammte die ausgesuchte Sequenz eines jeden Politikers aus den Nachrichten der eigenen Kultur. Dementsprechend ist die Darstellungsperspektive als eigener nationaler und nicht internationaler Natur zu betrachten. Weitere Analysen werden benötigt, um die Darstel-

lungsart aus einer internationalen Perspektive zu beleuchten. Dies könnte mehr Aufschluss darüber geben, ob Face-ism als Darstellungstechnik möglicherweise angewendet wird, um nationale Politiker hervorzuheben.

Die zweite, wirkungsanalytische Untersuchung auf der mikroanalytischen Ebene schloss mehrere Aspekte der Wahrnehmung medialer Inszenierung mit ein. Zuerst wurde die Wirkung des unterschiedlichen Face-ism-Index erforscht. Abgeleitet aus früheren Studien wurden hier die Hypothesen bestätigt, dass abgebildete Politiker mit einem höheren Face-ism-Index dominanter wahrgenommen wurden als Politiker mit einem niedrigeren Face-ism-Index. Dieses Ergebnis ließ sich aus Sicht aller Rezipienten in den drei Erhebungsländern bestätigen.

In Bezug auf Sympathie konnte die Hypothese, dass eine kleinere Kopfprominenz sympathischer wahrgenommen wurde als größere Kopfprominenz, teilweise bestätigt werden. Der erwartete Effekt ergab sich zwar über alle Erhebungsländer hinweg, jedoch nur in den beiden Bedingungen, in denen die Avatare der Politiker präsentiert wurden. Das Ergebnis konnte hierbei nicht von stereotypisierten Vorinformation beeinflusst worden sein, da die Avatar-Bedingung mit Vorinformation über die kulturelle Zugehörigkeit ähnliche Befunde ergab wie die Bedingung ohne jegliche Vorinformation. Kontextuelle Hinweisreize sind möglicherweise verantwortlich dafür, dass alle Bewertungen in der Realvideobedingung negativ ausfielen. Die extrem unsympathische Beurteilung der politischen Machträger beruht daher möglicherweise auf kognitiver Verarbeitung und Attribution aufgrund kontextueller Inhalte. Zusätzlich ist Sympathie ein Evaluationsaspekt, der auf Reziprozität beruht und mit der Konnotation eines Beziehungsaufbaus verbunden ist. Deshalb war die persönliche Relevanz in der Realvideobedingung bei völliger Erkennbarkeit der politischen Akteure besonders salient und bedeutungsvoll und die Personeneindrücke fielen dementsprechend extremer aus.

Bezüglich Kompetenz hatten frühere Studien (Zuckerman, 1986; Zuckerman & Kieffer, 1994) ergeben, dass Personen mit einer größeren Kopfprominenz auf Bildern kompetenter bewertet wurden als Personen mit einer niedrigeren Kopfprominenz. Dieser Befund konnte hier nicht repliziert werden. In früheren Studien wurde dieser Effekt zwar mit einer Geschlechtstereotypisierung erklärt, indem das männliche Geschlecht generell medial eine Inszenierung mit größerer Kopfprominenz genießt und gleichzeitig als kompetenter eingeschätzt wird. In der vorliegenden Studie kann dieser Befund die aktuellen Ergebnisse nicht erklären, da das Geschlecht keine unabhängige Variable war.

Jedoch fällt hier auf, dass die Beurteilungen entgegengesetzt der erwarteten Richtung abgegeben wurden. Da die Dichotomisierung der beiden experimentellen Face-ism-Gruppen politischer Stimuli eine unbalancierte²³ Verteilung der kulturellen Zugehörigkeit ergab, wurden hier weitere Analysen erforderlich. Eine möglicherweise damit konfundierende Variable wurde als Einflussgröße hinzugezogen. Diese – die Kulturzugehörigkeit der gezeigten Politiker – wurde auch als unabhängige Variable weiter kontrolliert

Für die Auswertung nach Kultur konnten keine gerichteten Hypothesen formuliert werden. In einer explorativen Datenanalyse wurden die Wahrnehmungsurteile in Bezug auf Dominanz, Sympathie und Kompetenz statistisch verglichen. In Bezug auf Dominanz herrschte über alle Erhebungsländer und Bedingungen hinweg Konsensus über die Wahrnehmung der amerikanischen Politiker als äußerst dominant. Die anderen zwei Kulturen wurden zwar als allgemein submissiver wahrgenommen, eine eindeutige Interpretation und hierarchische Zuordnung von Dominanz zwischen arabischen und deutschen Politikern geht jedoch aus den Daten nicht hervor. Zum Beispiel wurden in Deutschland die eigenen Politiker als sehr dominant empfunden, sobald die Information über die kulturelle Herkunft des Politikers bekannt war. Die arabischen Politiker dagegen wurden als relativ submissiv gesehen. Diese Befunde könnten dafür sprechen, dass die Dominanzzuschreibung der Face-ism-Gruppe A mit der hohen Dominanzwahrnehmung der amerikanischen Politiker, die in dieser Gruppe überrepräsentiert wurden, zusammenhängt.

In Bezug auf Sympathie wurden die amerikanischen Politiker insgesamt signifikant unsympathisch im Vergleich zu den anderen beiden Kulturen wahrgenommen. Deutsche Politiker konnten dagegen die höchsten Sympathiebewertungen gewinnen. Dabei fielen einige Wahrnehmungsdifferenzen besonders auf. Zum einen führte die stereotype Information in der zweiten Bedingung dazu, dass in Deutschland und in den Vereinigten Arabischen Emiraten die eigenen Politiker am sympathischsten bewertet wurden. Eine mögliche Erklärung kann mit der Theorie der sozialen Identität (Tajfel & Turner, 1986)

²³ Der Gruppe mit einem hohen Face-ism-Index (A) wurden vier amerikanische, zwei deutsche und zwei arabische Politiker zugeordnet; in die Gruppe mit einem niedrigeren Face-ism-Index (B) fließen die Daten eines amerikanischen, drei deutscher und drei arabischer Politiker ein.

gegeben werden. Danach erfolgt die Aufwertung der eigenen In-Group gegenüber einer niedrigeren Bewertung einer Out-Group. Dieser Effekt war in den USA nicht zu beobachten – die amerikanischen Rezipienten nahmen ihre eigenen Politiker über alle Bedingungen hinweg am wenigsten sympathisch wahr. Eine mögliche Erklärung dieses Befundes kann nach Kitayama et al. mit der expliziten Selbst-Attribution von Erfolg oder Niederlage bei den US-Amerikanern verbunden werden (Kitayama, Markus, Matsumoto and Norasakkunkit, 1997; Kitayama & Uchida, 2003). Die Autoren berichteten davon, dass die independente amerikanische Kultur eine explizite Attributionsart aufweise und die Selbst-Aufwertung dabei verstärkt würde. Allerdings ist es den Autoren gelungen eine amerikanische Stichprobe in eine interdependente Situation zu bringen und zu zeigen, dass bei einer Niederlage öffentlich zwar eine explizit negative Selbst-Bewertung abgegeben wurde, jedoch implizit weiterhin positiv attribuiert wurde. Dieser Gedanke führt zurück zu der experimentalen Situation der vorliegenden Studie, in der die Bewertungen in Gruppenversuchen abgegeben wurden. Es kann hier spekulativ angenommen werden, dass diese Gruppensituation zu einem interdependenten Bewusstsein und daher zu öffentlich verstärkter Kritikaussprache gegen die eigene Politik geführt hat. Die mögliche Kritik wird auf negative Bewertungen der weltpolitischen Entscheidungen amerikanischer Politiker innerhalb des erhobenen Zeitraums zurückgeführt. Da dieser Effekt allerdings in der Avatar-Bedingung ohne kulturelle Zugehörigkeitsinformation ebenfalls vorlag, bleibt Raum für Spekulation, dies auf andere Merkmale als das nationale Politikbild zurückzuführen. Eine mögliche Ursache könnte z.B. in der Wahrnehmung von medientechnischen Unterschieden, wie dem Phänomen Faceism, liegen. Darüber hinaus fiel bei der Wahrnehmung von Sympathie auf, dass die arabische Stichprobe bei Kenntnis des Kulturhintergrundes die amerikanischen Politiker äußerst negativ beurteilt hat. Dieser Befund kann sicherlich nicht losgelöst von den verschärften politischen Beziehungen dieser beiden Kulturen betrachtet werden. Dennoch kann eine Erklärung, insbesondere für die Stärke der negativen Ausprägung dieser Bewertung, gefunden werden. Laut Kitayama und Uchida (2004) entwickeln interdependente Kulturen, wie die arabische, eine hoch elaborierte Wahrnehmung von anderen Kulturen, die ausschließlich die Beziehung zum Beurteiler sieht: „they may be a highly calibrated perception of who did what to whom“ (S. 153). So kommt in der Beurteilung ein neuer Aspekt hinzu. Die Wahrnehmung kann nicht mehr als statische Aufnahme einer Momentsituation, unbeeinflusst von äußeren Faktoren betrachtet werden. Die Kommunikation oder Handlungen, die sich bereits im Vorfeld der Eindrucksbildung

ereignet haben, beeinflussen möglicherweise – aus der Sicht der Araber – die eigene und fremde Kultur aktiv in deren Beziehung zueinander.

In Bezug auf Kompetenz wurden arabische Politiker im Vergleich zu den anderen zwei Kulturen signifikant kompetenter eingeschätzt. Dieser Befund verstärkt weiterhin die Vermutung der Konfundierung zwischen den unabhängigen Variablen Face-ism und Kultur. Dem Konfundierungseffekt konnte weiter nachgegangen werden, indem die Eindrucksdaten für George W. Bush aus der Gruppe A herausgenommen wurde. Zum einen lag der Face-ism-Index von George Busch genau auf dem Median. Zum zweiten hat eine deskriptive Gegenüberstellung aller Politiker gezeigt, dass Bush die extremsten Bewertungen aller amerikanischen Politiker über Avatar- und Realvideobedingung hinweg bekommen hat. Zum dritten wurde dadurch erhofft, die Überrepräsentation der Amerikaner in Gruppe A zu reduzieren. Eine darauf folgende statistische Analyse hat die früheren Ergebnissen bestätigt, was für eine annähernde Konsistenz der Daten sprechen kann. Jedoch wird hier weiterführende Forschung benötigt, um dieser Konfundierung differenzierter nachgehen und die Effekte isoliert betrachten zu können.

Insgesamt kann in dieser Arbeit festgehalten werden, dass die stereotype Information keinen Einfluss auf das wahrgenommene Maß von Dominanz und Kompetenz zeigte. Im Gegensatz dazu zeigten sich bezüglich Sympathie deutliche stereotype Einflüsse. Die Ergebnisse ließen die Schlussfolgerung zu, dass, anders als bei der Bewertung von Dominanz und Kompetenz, weder die massenmediale Inszenierung allein noch das nonverbale Verhalten ausreichende Hinweisreize für die Eindruckbildung von Sympathie liefern. Denn diese Empfindung beruht auf Reziprozität und kann nicht losgelöst von der potentiellen Beziehung zum Selbst des Rezipienten gesehen werden. Dominanz und Kompetenz dagegen stellen sachliche kognitive Konzepte dar, die keine emotionale Evaluation fördern und somit auch ohne kontextuelle Anbindung eindeutig zugeschrieben werden können.

In der vorliegenden Arbeit wurde von einer individualistischen bzw. kollektivistischen Zuordnung der zu untersuchenden Kulturen ausgegangen. Diese wurde empirisch überprüft und bestätigt. Den amerikanischen Politikern wurden individualistische Werte beigemessen, während den arabischen Politikern eher kollektivistische Werte zugeschrieben wurden. Den deutschen Politikern wurden weniger individualistische Werte als den amerikanischen und weniger kollektivistische als den arabischen Politikern zu-

geschrieben. Allgemein fiel hier auf, dass bei der Einschätzung von Kollektivismus alle Politiker in der Avatar-Bedingung als signifikant weniger kollektivistisch eingeschätzt wurden als die gleichen Politiker in der Realvideobedingung. Eine Erklärung dafür kann das Wissen liefern, dass die Avatare in Bedingung 1 als Politiker, und somit als Einzelpersonen ohne jegliche Zugehörigkeit, gesehen wurden. Der signifikante Unterschied in der erwarteten Richtung zwischen den Kulturen zeigt jedoch, dass die Kollektivismuswerte weiterhin entsprechend zugeordnet werden konnten. In der Realvideobedingung blieben diese Differenzen weiterhin bestehen. Allerdings zeigte die allgemein kollektivistischere Einschätzung aller Politiker, dass die kontextuelle visuelle Information zur Wahrnehmung der jeweiligen Politiker nicht mehr als Einzelperson sondern als Zugehöriger zur bestimmten Kultur und damit zur bestimmten Gruppe führt. Weiterhin konnten die Daten zeigen, dass die mediale Darstellung ausreichende Hinweisreize bietet, um Politikern mit unterschiedlichem Face-ism-Index systematisch individualistische oder kollektivistische Werte zuschreiben zu können. Politiker mit einem hohen Face-ism-Index wurden in allen drei Ländern als mehr individualistisch und weniger kollektivistisch gesehen. Politiker mit einem niedrigen Face-ism-Index wurden hingegen als mehr kollektivistisch und weniger individualistisch gesehen. Dieses Phänomen könnte möglicherweise auf Assoziationen zwischen der Machtdistanz und der Ausprägung von Individualismus bzw. Kollektivismus zurück zu führen sein. Eine größere Gesichtsabbildung wird danach mit einer geringeren Kluft in der para-proxemischen Beziehung zwischen statusunterschiedlichen Interaktionspartnern – Politiker und Zuschauer – und daher mit einer geringeren Machtdistanz assoziiert, was wiederum mit individualistischen Verhältnissen korrespondiert. Umgekehrt vermittelt eine kleinere Gesichtsabbildung eine größere Distanz und wird daher als eher kollektivistisch empfunden. Diese Ergebnisse konnten die Befunde aus Studie I replizieren. Eine interessante Interpretationsmöglichkeit bietet der Befund für Individualismus in den VAE. Während in den zwei individualistischen Erhebungsländern – USA und Deutschland – die Wahrnehmungsprofile für Individualismuswerte und Face-ism ähnlich ausfielen, hat das kollektivistische Land – VAE – die Politiker als noch individualistischer eingeschätzt. Möglicherweise könnte allein die Information, dass es sich hier um Personen handelt, die eine solche soziale und politische Rolle verkörpern, ausreichend gewesen sein, um eine sensibilisierte Wahrnehmung im Individualismusbereich zu aktivieren. Die Wahrnehmungsunterschiede zwischen den Politikern mit hohem vs. niedrigerem Face-ism blieben jedoch auch in den Daten aus den VAE bestehen.

Abschließend stellte sich die Frage, ob grundlegende Unterschiede in der Produktion von nonverbalem Verhalten feststellbar sind. Da die Politiker in den Bedingungen ohne Vorinformation und Realvideo ähnlich bewertet wurden, insbesondere bei der Wahrnehmung von Dominanz und Kompetenz, wurde überprüft, ob Unterschiede im Verhalten möglicherweise die Wahrnehmungsdifferenzen erklären. Dass sich die mediale Inszenierung zwar nicht zwischen den Kulturen, jedoch dichotom zwischen hoher vs. niedriger Kopfprominenz unterschied, wurde durch die Auswertung des Face-ism-Index gezeigt. Es blieb allerdings die Frage offen, ob möglicherweise Unterschiede in der Produktion des nonverbalen Verhaltens, für die Rezeptionsunterschiede verantwortlich sein könnten. Eine parametrische und statistische Auswertung für dominanz- und wahrnehmungsrelevante Parameter zur Messung nonverbalen Verhaltens, wie Kopfbewegungen, Blick in die Kamera, allgemeine Aktivität und Bewegungskomplexität, haben keine signifikanten Unterschiede zwischen den Politikern ergeben. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass bei der Inszenierung von nonverbalem Verhalten in einem politisch-medialen Kontext keine strukturellen Kulturunterschiede auf der Produktionsebene vorzufinden sind. Untersuchungen im Rahmen des DFG-Geförderten Projekt „Nonverbale Kommunikationspolitiken in der Individual- und Massenkommunikation: Ein Kulturvergleich zwischen USA, Deutschland und Vereinigten Arabischen Emiraten“ zeigten, dass in der Individualkommunikation kulturell bedingte Strukturunterschiede zu finden waren. In der Massenkommunikation dagegen wurde deutlich, dass die politische Kulisse zu einer eher kulturunabhängigen, dafür aber machtbedingten und mediengeformten Verhaltensinszenierung führt.

Bei der methodischen Umsetzung der vielschichtigen Analyse dieser Arbeit wurde eine entsprechende mehrdimensionale Vorgehensweise angewendet. Die innovative computergestützte Methode baute zum einen auf inhaltsanalytischer Kodierung und Auswertung videobasierter Daten (INVAS) auf, zum anderen auf Verhaltenübertragung auf virtuelle Figuren durch Animation (MotionBuilder, 7.5[®]). Somit wurde eine sehr präzise und standardisierte Datenbasisgenerierung ermöglicht. Diese konnte sowohl für die Untersuchung von Rezeption als auch von Produktion angewendet werden. Nachteil dieser Methode bleibt der große Personen- und Zeitaufwand, was erhebliche Kosten verursacht. Jedoch wurden die Vorteile dieser Methode in den Vordergrund gestellt, da hierdurch sowohl mediale als auch Verhaltensaspekte untersucht werden konnten. Ein weiterer Diskussionspunkt stellt die Verwendung von Avataren für die Erhebung von Do-

minanz und Sympathie dar. Nach Gegenüberstellung der Bewertungsdaten aus der Avatar- und Realvideobedingung, stellte sich ein Avatareinsatz auf Grund der großen Übereinstimmung für Dominanz als geeignetes Instrument heraus. Im Gegensatz dazu konnte bei der Sympathiebewertung keine Übereinstimmung in der Richtung der Bewertungen gefunden werden. Dies deutet darauf hin, dass bei der Sympathiewahrnehmung zusätzliche Hinweisreize erforderlich sind, um eine adäquate Bewertung abgeben zu können. Also findet die Sympathiebewertung nicht nur aufgrund der nonverbalen und medialen Reize statt. Kontextuelle Reize, die durch Avatare ausgeschaltet werden können, vervollständigen die Evaluation. Daher kann ein Avatar zwar nicht passend bei der Messung von Sympathie, dennoch sinnvoll zur Vermeidung von Urteilen aufgrund von Sympathie eingesetzt werden. Ferner zeigen sich die Avatare als geeignetes methodisches Mittel für eine stereotypfreie kulturvergleichende Forschung

Ein methodischer Kritikpunkt dieser Arbeit stellt die Erstellung und Verwendung des Stimulusmaterials dar. Für die Erstellung wurden die zehn mächtigsten Politiker ausgesucht und animiert. Allerdings wurde jeweils nur eine einzige Sequenz pro Politiker verwendet, was möglicherweise die Repräsentativität in Frage stellt. Dieser Bias wurde dadurch reduziert, dass die Sequenzen nicht willkürlich, sondern nach streng definierten Kriterien ausgesucht wurden, was eine gewisse Vergleichbarkeit gewährleistete. Eine vollständige Standardisierung gilt bei natürlichen medialen Nachrichtendaten als nicht erreichbar. Nachdem zehn Politiker pro Land ausgesucht und animiert wurden, konnten zwar alle 30 für die parametrischen Vergleiche in der Analyse ausgewertet werden, allerdings konnten nicht alle in die Wahrnehmungsdaten miteinbezogen werden. Aufgrund der eingeschränkten Belastbarkeit wurden die Daten der arabischen Rezipienten in den Vereinigten Arabischen Emiraten auf 15 reduziert. Eine Generalisierbarkeit hinsichtlich Kulturunterschiede ist deshalb für die mikroanalytische Ebene kritisch zu betrachten.

5 Fazit und Ausblick

Die vorliegende Studie konnte Faktoren der Inszenierung von Politikern auf zwei unterschiedlichen Ebenen beleuchten. Zum einen ist es hier durch innovative Methodik gelungen inhaltsanalytisch die Nachrichtenstruktur auszuwerten und zwischen Kulturen zu vergleichen. Zum anderen konnten durch Computeranimation einzelne Politikersequenzen animiert werden und somit die Wirkung von Inszenierung und Verhalten zwischen amerikanischen, deutschen und arabischen Politiker verglichen werden. Es wurden Indizien gefunden, die auf mediale Inszenierungsunterschiede zwischen den Sequenzen hinwiesen. Darüber hinaus wurden Kulturunterschiede in der Wirkung von politischen Akteuren, jedoch keine Unterschiede im gezeigten nonverbalen Verhalten gefunden. Da die vorliegende Studie sich auf eine reduzierte Zahl an politischen Stimuli beziehen musste, wird die Generalisierung dieser Ergebnisse in Frage gestellt. Erste Anregungen für weitere Forschung gehen jedoch aus diesem Aspekt hervor. In weiteren Studien sollte überprüft werden, ob eine höhere Anzahl an politischen Stimuli die vorliegenden Aspekte replizieren kann.

Weiterhin sollte in zukünftiger Forschung eine höhere Repräsentativität der Daten erreicht werden, indem mehrere Sequenzen pro Politiker ausgesucht und animiert werden. Dies könnte mehr Aufschluss darüber geben, ob es systematische Zusammenhänge zwischen Kultur und Inszenierungstechnik (Face-ism-Index) gibt. Diese konnten hier im direkten Vergleich nicht gefunden werden. Möglicherweise sind solche Unterschiede jedoch für die gefundenen Differenzen in der Wahrnehmung von Dominanz, Sympathie und Kompetenz in Bezug auf Kultur auf der einen Seite und die Wirkung eines hohen bzw. niedrigen Face-ism-Index auf der anderen Seite verantwortlich. Diese Überschneidung fiel durch die Überrepräsentation der amerikanischen Kultur in der Gruppe mit hohem Face-ism auf. Jedoch blieb eine Signifikanz dieser Face-ism-Differenz, möglicherweise aufgrund der kleinen Stichprobe, aus.

Ferner könnten in zukünftigen Studien neben einer höheren Fallzahl und einer besseren Repräsentativität weitere Aspekte für die Effektaufklärung beachtet werden. Eine Möglichkeit kann die Erhebung von Moderatorvariablen darstellen, die durch Selbsteinschätzung Einstellungen und Persönlichkeitsvariablen der Rezipienten aufdecken kann.

Diese können möglicherweise Differenzen in der Wahrnehmung und Kulturwertzuschreibung erklären.

6 Zusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit wurde die Inszenierung von politischer Macht im Kulturvergleich zwischen den amerikanischen, deutschen und arabischen Nachrichten untersucht. In einer umfassenden Analyse wurden Studien auf makro- und mikroanalytische Ebene konstruiert, um die mediale Darstellung sowohl in der Struktur als auch in der Wirkung zu analysieren.

Die erste Studie wurde makroanalytisch und zweistufig konstruiert, um Differenzen in impliziten und formalen Charakteristiken zwischen den amerikanischen, deutschen und arabischen Fernsehnachrichten aufzudecken. In Verbindung mit theoretischen Überlegungen wurde zuerst eine explorative Pilotstudie durchgeführt, um grundlegende Zusammenhänge in der Personalisierung von politischen Nachrichten zwischen den Kulturen zu analysieren. Die Ergebnisse deuteten auf erste signifikante Unterschiede hin, die in Bezug auf die Kultur interpretiert wurden. Darauf folgend wurde die gleiche Methode angewandt, um mit einem umfassenderen Categoriesystem weitere Forschungsfragen zu beantworten und theoriegeleitete Hypothesen zu testen. Es wurde ein Schwerpunkt auf die Personalisierung von Nachrichten und insbesondere auf die Inszenierung von politischen Machtträgern gesetzt. Die Hypothesen konnten teilweise bestätigt werden. Die Kulturen unterschieden sich in Fokus und Umgebung der Personen, die in den Nachrichten gezeigt wurden. Die meist inszenierten Akteure waren in allen drei Ländern Politiker. Die amerikanischen Nachrichten zeigten in der kommunikativen Umgebung eines Politikers mehr Einzelpersonen, die meistens durch andere Politiker oder Soldaten repräsentiert wurden. Die arabischen Nachrichten zeigten hingegen im kommunikativen Hintergrund eines Politikers Gruppen, die meistens durch Privatpersonen, Bürger oder auch Soldaten repräsentiert wurden. In Deutschland wurden die Politiker in die Umgebung von Journalisten und Demonstranten gebracht. Weiterhin wurden Unterschiede in der benutzte Kameraeinstellung gefunden. Während die amerikanischen Nachrichten mehr Nahaufnahmen zeigten, verwendeten arabische Nachrichten mehr Weiteinstellungen.

Die zweite Studie wurde konstruiert, um Differenzen in Wirkung und Verhalten (Rezeption und Produktion) von einheimischen politischen Machttägern in amerikanischen, deutschen und arabischen Nachrichten zu untersuchen. Es wurde ein Schwerpunkt auf die mediale Aufbereitung der Persondarstellung im Bild gesetzt. Durch den Face-ism-Index wurde die Kopfabbildungsgröße eines Politikers erhoben. Die Stichprobe der politischen Stimuli bestand aus den mächtigsten (gemessen an den Sendeauftritten in einem Monat) einheimischen Politikern pro Kultur. Diese wurden in passenden Sequenzen ausgewählt und mit einer innovativen Methode der Computeranimation digital kodiert. Durch die Animationssequenzen wurden sowohl die experimentelle Variation für die Wahrnehmungsstudie ermöglicht als auch die Bewegungsdaten in parametrisierter Form für den objektiven Vergleich des nonverbalen Verhaltens extrahiert. Zentral war Berechnung und Vergleich des Face-ism-Index zwischen den Kulturen, was ebenfalls aus den kodierten Daten hervorging. Analysen wurden auf allen drei Stufen durchgeführt: 1) parametrische Face-ism -Messungen; 2) Rezeption und Produktion der medialen Inszenierung und 3) nonverbales Verhalten. Die Hypothesen konnten teilweise bestätigt werden.

Die Ergebnisse zeigten keinen signifikanten Unterschied in der medientechnischen Aufbereitung der Kopfabbildungsgröße zwischen den Kulturen. Unterschiede wurden jedoch in der Wirkung unterschiedlicher Face-ism-Indizes gefunden: Politiker mit einer größeren Gesichtsprominenz wurden dominanter, aber unsympathischer und unkompetenter, als körperbetonte Politiker wahrgenommen. Bezüglich der Bewertung und Wahrnehmung von Kultur wurden ebenfalls Differenzen sichtbar. Den amerikanischen Politikern wurde die meiste Dominanz zugeschrieben, die deutschen Politiker wurden am sympathischsten bewertet und die arabischen Politiker am kompetentesten wahrgenommen. Allerdings gab es zwar für Dominanz und Kompetenz, aber nicht für Sympathie eine konsistente Meinung über alle Erhebungsländer hinweg.

Eindeutig wurden individualistische und kollektivistische Kulturwerte den einzelnen Politikern zugeschrieben. Amerikanischen Politikern wurde einstimmig die höchste Individualismusaussprägung und die niedrigsten Kollektivismusaussprägung zugeschrieben. Arabischen Politikern hingegen wurden die meisten kollektivistischen und die wenigsten individualistischen Werte zugeschrieben. Deutsche Politiker wurden auf beide Skalen eher im mittleren Bereich eingestuft.

Abschließend zeigten die Analysen der Produktion von nonverbalem Verhalten, dass sich die Politiker objektiv nicht signifikant in der nonverbalen Aktivität, Expansivität und Bewegungskomplexität voneinander unterscheiden haben.

Die Ergebnisse wurden zusammengefasst und vor dem Hintergrund theoretischer Überlegungen und empirischer Umsetzung kritisch diskutiert.

7 Literatur

- Adoni, H., & Mane, S. (1984). Media and the social construction of reality: Toward an integration of theory and research *Communication Research*, *11*, 323-340.
- Aguinis, H., Simonsen, M. M., & Pierce, C. A. (1998). Effects of nonverbal behavior on perceptions of power bases. *Journal of Social Psychology*, *138*(4), 455-469.
- Ambady, N., Bernieri, F. J., & Richeson, J. (2000). Toward a histology of social behavior: Judgmental accuracy from thin slices of the behavioral stream. In M., & P. Zanna (Eds.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 32, pp. 201-271). San Diego, CA: Academic Press.
- Andersen, P. (1999). Cues of culture: The basis of intercultural differences in nonverbal communication In L. A. Samovar, & R. E. Porter (Eds.), *Intercultural communication* (9 ed.). Belmont, CA International Thomson Publishing Company
- Anderson, P. A. (1985). Nonverbal immediacy in interpersonal communication. In A. W. Siegman, & S. Feldstein (Eds.), *Multichannel integrations of nonverbal behavior*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum
- Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. D., & Barrios, M. (1983). Face-ism: Five studies of sex differences in facial prominence. *Journal of Personality and Social Psychology*, *45*(4), 725-735.
- Archer, D., Kimes, D. D., & Barrios, M. (1978). Face-ism. *Psychology Today*, 65-66.
- Argyle, M., Salter, V., Nicholson, H., Williams, M., & Burgess, P. (1970). The communication of inferior and superior attitudes by verbal and non-verbal signals. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, *9*, 222-231.
- Barakat, R. A. (1972). Arabic Gestures. *Journal of Popular Culture*, *6*, 749-793.

- Bente, G. (1989). Facilities for the graphical computer simulation of head and body movements. *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, 21, 455-462.
- Bente, G. (1990). *Multiple Zeitreihen als Grundlage der Medienforschung. Ein integriertes Verfahren zur Analyse visueller Kommunikationskomponenten in der Fernsehberichterstattung*, Duisburg.
- Bente, G. (2002). Entschlüsselung einer ungewissen Botschaft. Zur Transkription und Analyse nonverbaler Kommunikationsprozesse. In L. Jäger, & G. Stanitzek (Eds.), *Transkribieren. Medien/Lektüre*. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Bente, G., D'Alessandro, M., Fürtjes, M., & Krämer, N. (1997). Formale Angebotsweisen und interpersonelle Kommunikationsmuster im Affekt-Talk. In G. Bente, & B. Fromm (Eds.), *Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen* (pp. 186-242). Opladen: Leske und Budrich.
- Bente, G., Donaghy, W. C., & Suwelack, D. (1998). Sex differences in body movement and visual attention: An integrated analysis of movement and gaze in mixed-sex dyads. *Journal of Nonverbal Behavior*, 22(1), 31-58.
- Bente, G., Feist, A., & Elder, S. (1996). Person perception effects of computer simulated male and female head movement. *Journal of Nonverbal Behavior*, 20, 213-228.
- Bente, G., & Frey, S. (1991). Visuelle Zitate als Mittel der Fernsehberichterstattung in Deutschland, Frankreich und den USA. In L. Montada (Ed.), *Bericht über den 38. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie 1992 in Trier* (Vol. 1). Göttingen: Hogrefe.
- Bente, G., & Fromm, B. (1997). *Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen* (Vol. 24). Opladen: Leske+Budrich.

- Bente, G., & Krämer, N. (2001). Psychologische Aspekte bei der Implementierung und Evaluation nonverbal agierender Interface-Agenten. In H. Oberquelle, J. Krause, & R. Oppermann (Eds.), *Mensch & Computer* (pp. 275-285). Stuttgart: Teubner.
- Bente, G., & Krämer, N. C. (2004). Inhaltsanalyse medialer Angebote. In R. Mangold, P. Vorderer, & G. Bente (Eds.), *Lehrbuch Medienpsychologie* (pp. 201-228). Göttingen: Hogrefe.
- Bente, G., Krämer, N. C., & Petersen, A. (Eds.). (2002). *Virtuelle Realitäten*. Göttingen: Hogrefe.
- Bente, G., Krämer, N. C., Petersen, A., & de Ruitter, J. P. (2001). Computer animated movement and person perception. methodological Advances in Nonverbal Behavior Research. *Journal of Nonverbal Behavior*, 25(3), 151-166.
- Bente, G., Krämer, N. C., Trogemann, G., Piesk, J., & Fischer, O. (2001). Conversing with electronic devices. An integrated approach towards the generation and evaluation of nonverbal behavior in face-to-face like interface agents. In A. Heuer, & T. Kirste (Eds.), *Intelligent interactive assistance and mobile multimedia computing* (pp. 67-76). Rostock: Neuer Hochschulschriftenverlag.
- Bente, G., Petersen, A., & Krämer, N. C. (Eds.). (2002). *Virtuelle Realitäten*. Göttingen: Hogrefe.
- Bente, G., Senokozlieva, M., Pennig, S., Al-Issa, A., & O., F. (2008). Deciphering the secret code. A new methodology for the cross-cultural analysis of nonverbal behavior. *Behavior Research Methods*, 40(1), 269-277.
- Berger, A. A. (1992). Texts in contexts: Analyzing media and popular culture from a cross-cultural perspective. In F. Korzenny, S. Ting-Toomey, & E. Schiff (Eds.), *Mass media effects across cultures* (pp. 11-23). Newbury Park: SAGE.
- Birdwhistell, R. L. (1970). *Kinesics and context* Philadelphia: University of Pennsylvania Press

- Boas, F., & Efron, D. F. (1936). A comparative investigation of gestural behavior patterns in "racial" groups living under different as well as similar environmental conditions. *Psychological Bulletin*, 33, 760.
- Bortz, J. (1999). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler*. Berlin: Springer.
- Bortz, J., & Döring, N. (2002). *Forschungsmethoden und Evaluation. für Human- und Sozialwissenschaftler*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag
- Breed, W. (1955). Social control in the newsroom: A functional analysis. *Social Forces* 33, 326-335.
- Brosius, H.-B., & Kepplinger, H. M. (1990). The Agenda-Setting function of television news. Static and dynamic views. *Communication Research* 17(2), 183-211.
- Bryant, J., & Zillmann, D. (Eds.). (2002). *Media effects. Advances in theory and research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Burgoon, J. K., Buller, D. B., & Woodall, W. G. (1996). *Nonverbal communication: The unspoken dialogue* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Burgoon, J. K., & Hale, J. L. (1984). The fundamental topoi of relational communication *Communication Monographs*, 51(1), 193-214.
- Burgoon, J. K., & Hoobler, G. D. (2002). Nonverbal signals In M. L. Knapp, & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (3 ed., pp. 240-299). Thousand Oaks: Sage.
- Carter Jr., R. E. (1959). Racial identification effects upon the news story writer. *Journalism Quarterly*, 36, 284-290.
- Casir, F. L. (1992). Mass communication and culture. An Epilogue. In F. Korzenny, S. Ting-Toomey, & E. Schiff (Eds.), *Mass media effects across cultures* (Vol. 16, pp. 247-262). Newbury Park: SAGE.

- Chan, D. K. (1994). COLINDEX: A refinement of three collectivism measures. In U. Kim, H. Triandis, C. Kagitcibasi, S.-C. Choi, & G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, method and applications* (pp. 200-210). Thousand Oaks: Sage.
- Cohen, A. A., & Roeh, I. (1992). When fiction and news cross over the border: Notes on differential readings and effects. In F. Korzenny, S. Ting-Toomey, & E. Schiff (Eds.), *Mass media effects across cultures* (Vol. 16, pp. 23-34). Newbury Park: SAGE.
- Copeland, G. A. (1989). Face-ism and primetime Television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 33(2), 209-214.
- Costa, M., & Bitti, P. E. R. (2000). Face-ism effect and head canting in one's own and others' photographs. *European Psychologist*, 5(4), 293-301.
- DePaulo, B. M., & Friedman, H. S. (1998). Nonverbal communication. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (4 ed., Vol. 2, pp. 3-40). Boston: McGraw-Hill.
- Dimberg, U. (1997). Psychophysiological reactions to facial expressions. In U. Segerstrale, & P. Molnár (Eds.), *Nonverbal communication: Where nature meets culture* (pp. 27 - 60). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Dodd, D. K., Harcar, V., Foerch, B. J., & Anderson, H. T. (1989). Face-ism and facial expressions of women in magazine photos. *Psychological Record*, 39(3), 325-331.
- Efron, D. (1941). *Gesture and environment*. Oxford, England: King's Crown Press.
- Ekman, P. (1972). *Universals and cultural differences in facial expressions of emotion*. Paper presented at the Nebraska Symposium on Motivation, Lincoln.

- Ekman, P. (1976). Movements with precise meanings *Journal of Communication*, 26, 14-26.
- Ekman, P. (1984). Expression and the nature of emotion. In K. Scherer, & P. Ekman (Eds.), *Approaches to emotion* (pp. 319-323). Hillsdale: Erlbaum.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion *Journal of Personality and Social Psychology*, 17, 124-129.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1978). *The facial action coding system*. Palo Alto, CA: Consulting Psychology Press.
- Ekman, P., Friesen, W. V., Osullivan, M., Chan, A., Diacoyannitarlatzis, I., Heider, K., et al. (1987). Universals and cultural-differences in the judgments of facial expressions of emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(4), 712-717.
- Esser, F., & Pfetsch, B. (Eds.). (2004). *Comparing political communication* Cambridge: Cambridge University Press
- Frey, S. (1999). Medienwirkung nonverbaler Kommunikation im interkulturellen Vergleich. In S. Frey (Ed.), *Die Macht des Bildes: Der Einfluss der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik* (pp. 99-129). Bern: Hans Huber.
- Frey, S., & Bente, G. (1989). Mikroanalyse medienvermittelter Informationsprozesse. Zur Anwendung zeitreihen-basierter Notationsprinzipien auf die Untersuchung von Fernsehnachrichten. In M. Kaase, & W. Schulz (Eds.), *Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* (Vol. Sonderheft, pp. 508-526).
- Frey, S., Hirsbrunner, H. P., Pool, J., & Daw, W. (1981). Das Berner System zur Untersuchung nonverbaler Interaktion. Die Erhebung des Rohdatenprotokolls. In P. Winkler (Ed.), *Methoden der Analyse von Face-to-Face Situationen* (pp. 203-237).

- Frey, S., Jorns, U., & Daw, W. (1980). A systematic description and analysis of nonverbal interaction between doctors and patients in a psychiatric interview. In S. Corson (Ed.), *Ethology and nonverbal communication in mental health* (pp. 231-258). New York: Pergamon
- Frey, S., & Pool, J. (1976). *A new approach to the analysis of visible behavior*: University of Bern.
- Friesen, W. V., Ekman, P., & Wallbott, H. (1979). Measuring hand movements. *Journal of Nonverbal Behavior*, 4(2), 97-112.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News. The presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research* 2, 64-91.
- Ghanem, S. (1997). Filling in the tapestry: The second level of Agenda Setting. In M. E. McCombs, D. Shaw, & D. Weaver (Eds.), *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in Agenda Setting theory* (pp. 3-14). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum
- Gozzi, R. (1992). Mass media effects in high- and low-context cultures In F. Korzenny, S. Ting-Toomey, & E. Schiff (Eds.), *Mass media effects across cultures* (Vol. 16, pp. 55-66). Newbury Park: SAGE.
- Graber, D. (1984). *Processing the news*. New York: Longman.
- Grammer, K., Honda, R., Juette, A., & Schmitt, A. (1999). Fuzziness of nonverbal courtship communication. Unblurred by motion energy detection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(3), 487-508.
- Gerbner, G. (1972). Communication and social environment. *Scientific American*, 227(153-160).

- Greenberg, B. S., & Tannenbaum, P. H. (1962). Communicator's performance under cognitive stress *Journalism Quarterly*, 39, 169-178.
- Greenfield, P. M. (1996). Culture as process: Empirical methods for cultural psychology In J. W. Berry, Y. H. Poortinga, & J. Pandey (Eds.), *Handbook of cross-cultural psychology. Theory and methods*. (Vol. 2, pp. 301-346). Boston: Allyn and Bacon
- Gudykunst, W. B. (1991). *Bridging differences*. Newbury Park, CA: Sage.
- Gudykunst, W. B., & Matsumoto, Y. (1996). Cross-cultural variability of communication in personal relationships. In W. B. Gudykunst, S. Ting-Toomey, & T. Nishida (Eds.), *Communication in personal relationships across cultures* (pp. 19-56). Thousand Oaks, CA SAGE
- Gudykunst, W. B., & Nishida, T. (1986). Attributional confidence in low- and high-context culture *Human Communication Research* 12, 525-549.
- Gudykunst, W. B., & Ting-Toomey, S. (1988). Culture and affective communication *American Behavioral Scientist*, 31(384-400), 525-549.
- Gudykunst, W. B., Ting-Toomey, S., & Nishida, T. (Eds.). (1996). *Communication in personal relationships across cultures* Thousand Oaks, CA SAGE
- Gurevitch, M. (1989). Comparative research on television news. . *American Behavioral Scientist* 33, 221-229.
- Gurevitch, M., & Blumer, J. G. (2004). State of the art of comparative political communication research. Poised for maturity? In F. Esser, & B. Pfetsch (Eds.), *Comparing political communication* (pp. 325-366). Cambridge: Cambridge University Press
- Hall, E. T. (1959). *The silent language*. New York: Doubleday.

- Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. New York: Doubleday.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Garden City, NY: Anchor.
- Hall, E. T. (1979). Proxemics. In S. Weitz (Ed.), *Nonverbal communication: Readings with commentary* (2 ed., pp. 293-312). New York: Oxford University Press.
- Hall, E. T. (1989). *The dance of life: The other dimension of time*. New York: Doubleday.
- Hall, E. T., & Hall, M. R. (1990). *Understanding cultural differences*. Yarmouth, ME: Intercultural Press Inc.
- Hallin, D. C., & Mangini, P. (2004). Americanization, globalization and secularization. Understanding the convergence of media systems and political communication In F. Esser, & B. Pfetsch (Eds.), *Comparing political communication* (pp. 25-44). Cambridge: Cambridge University Press
- Hecht, M., Anderson, P. A., & Ribeau, S. (1989). Cultural dimensions of nonverbal communication In M. Asante, & W. B. Gudykunst (Eds.), *Handbook of international and intercultural communication* Newbury Park, CA: Sage.
- Hofstede, G. (1979). Value systems in forty countries: integration, validation and consequences for theory. In L. H. Eckensberger, W. J. Lonnger, & Y. H. Poortinga (Eds.), *Cross-cultural contributions to psychology* (pp. 389-407). Lisse: Swets and Zeitlinger B.V.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations*. London: McGraw-Hill.

- Hofstede, G. (1994). Foreword. In U. Kim, H. Triandis, C. Kagitcibasi, S.-C. Choi, & G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism* (Vol. 18, pp. ix-xiii). Thousand Oaks: SAGE Publikations.
- Hofstede, G. (1998). A Case for comparing apples with oranges. *International Journal of Comparative Sociology*, 39(1), 16-31.
- Hofstede, G. (2002). Dimensions do not exist: A reply to Brendan McSweeney. *Human Relations*, 55(11), 1355-1361.
- Hofstede, G. (2003). *Culture's consequences* (2 ed.) Newbury Park, CA: Sage Publications Inc - Corwin Press.
- Hofstede, G., & Bond, M. H. (1984). Hofstede's culture dimensions: An independent validation using Rokeach's value survey. *Journal of Cross-cultural Psychology*, 15, 417-433.
- Hofstede, G. M., Robert R. (2004). Personality and culture revisited: Linking traits and dimensions of culture. *Cross-Cultural Research*, 38(1), 53-88.
- Hoppe, M. H. (1990). A comparative study of country elites: International differences in work-related values and learning and their implications for management, training and development. Chapel Hill: University of North Carolina at Chapel Hill
- Hui, H. C., & Triandis, H. (1985). Measurement in cross-cultural Psychology: A review and comparison of strategies. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 16(2), 131-152.
- Ingelhart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Ingelhart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies* Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Iyengar, S., Peters, M. D., & Kinder, D. R. (1982). Experimental demonstrations of the „not-so-minimal“ consequences of Television news programs. *American Political Science Review*, 76, 848-858.
- Kamps, K., & Meckel, M. (Eds.). (1998). *Fernsehnachrichten. Strukturen, Prozesse, Funktionen*. . Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kempter, G., & Bente, G. (2004). Psychophysiologische Wirkungsforschung: Grundlagen und Anwendungen In R. Mangold, G. Bente, & P. Vorderer (Eds.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (pp. 271-295). Göttingen: Hogrefe.
- Kepplinger, H. M. (2002). Medialization of politics: Theory and data. *Journal of Communication*, 52, 972-986.
- Kerrick, J., Anderson, T., & Swales, L. (1964). Balance and the writers attitude in news stories and editorials. *Journalism Quarterly*, 41, 207 - 216.
- Kim, U., Triandis, H., Kagitcibasi, C., Choi, S.-C., & Yoon, G. (Eds.). (1994). *Individualism and collectivism. Theory, methods and applications*. (Vol. 18). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Kitao, K., & Kitao, S. K. (1989). *Intercultural communication: Between Japan and the United States*. Tokyo: Eichosha.
- Kitayama, S., Markus, H. R., Matsumoto, H., & Norasakkunkit, V. (1997). Individual and collective processes in the construction of the self: Self-enhancement in the United States and self-criticism in Japan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 1245-1267.
- Kitayama, S., & Uchida, Y. (2003). Explicit self-criticism and implicit self-regard: Evaluating self and friend in two cultures. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 476-482.

- Kitayama, S., & Uchida, Y. (2004). Interdependent agency: An alternative system for action. In R. Sorrentino, D. Cohen, J. M. Olson, & M. P. Zanna (Eds.), *Culture and social behavior: The Ontario Symposium* (Vol. 10). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Klein, M. W., & Maccoby, N. (1954). Newspaper objectivity in the 1952 Campaign. . *Journalism Quarterly*, *31*, 285-296.
- Kluckhohn, C. (1951). The study of culture. In D. Lerner, & H. D. Lasswell (Eds.), *The policy sciences* (pp. 86-101). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Konrath, S. H., & Schwarz, N. (2007). Do male politicians have big heads? Face-ism in online self-representations of politicians. *Media Psychology*, *10*(3), 436-448.
- Korac-Kakabadse, N., Kouzmin, A., Korac-Kakabadse, A., & Savery, L. (2001). Low- and high-context communication patterns: towards mapping cross-cultural encounters. *Cross Cultural Management*, *8*(2), 3-24
- Korzenny, F., Ting-Toomey, S., & Schiff, E. (Eds.). (1992). *Mass media effects across cultures* (Vol. 16). Newbury Park: SAGE.
- Kowner, R., & Wiseman, R. (2003). Culture and status-related behavior: Japanese and American perceptions of interaction in asymmetric dyads. *Cross-Cultural Research*, *37*(2), 178-210.
- Krämer, N., Schwan, S., Unz, D., & Suckfüll, M. (Eds.). (2008). *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Krämer, N. C. (2001). *Bewegende Bewegung. Sozio-emotionale Wirkungen nonverbalen Verhaltens und deren experimentelle Untersuchung mittels Computeranimation*. Lengerich: Pabst Science Publishers.
- Kraus, S. (Ed.). (1990). *Mass communication and political information processing*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- Krumhuber, E., & Kappas, A. (2005). Moving smiles: The role of dynamic components for the perception of the genuineness of smiles. *Journal of Nonverbal Behavior*, 29, 3-24.
- Kudoh, T., & Matsumoto, D. (1985). Cross-cultural examination of the semantic dimensions of body postures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(6), 1440-1446.
- Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society In L. Bryson (Ed.), *The communication of Ideas* New York: Institute for Religious and Social Studies
- Lee, M. E., Matsumoto, D., Kobayashi, M., Krupp, D., & Maniatis, E. F. (1992). Cultural influences on nonverbal behavior in applied settings. In R. S. Feldman (Ed.), *Applications of nonverbal behavioral theories and research* (pp. 239-261). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Leuschner, H., & Bente, G. (in Vorbereitung). PARAGANOS: Parameter generator for analysis of nonverbal structure
- Levesque, M. J., & Lowe, C. A. (1999). Face-ism as a determinant of interpersonal perceptions: The influence of context on facial prominence effects. *Sex Roles*, 41(3-4), 241-259.
- Lewin, K. (1947). Channels of Group Life, Social Planning and Action Research *Human Relations*, 1, 143-153.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: The Free Press.
- Madden, K. (1992). Video and cultural identity. The inuit broadcasting corporation experience. In F. Korzenny, S. Ting-Toomey, & E. Schiff (Eds.), *Mass media effects across cultures* (Vol. 16, pp. 130-149). Newbury Park: SAGE.

- Markus, H., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98, 224-253.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (2003). Culture, self, and the reality of the social. *Psychological Inquiry*, 14, 277-283.
- Masters, R. D., Frey, S., & Bente, G. (1991). Dominance and attention - images of leaders in German, French, and American Tv-news. *Polity*, 23(3), 373-394.
- Matsumoto, D. (2006). Culture and nonverbal behavior. In V. Manusov, & M. Patterson (Eds.), *Handbook of nonverbal communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Matsumoto, D., & Kudoh, T. (1987). Cultural similarities and differences in the semantic dimensions of body postures. *Journal of Nonverbal Behavior*, 11(3), 166-179.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). Medialization of Politics: A challenge for democracy? *Political Communication* 16, 247-261.
- McCombs, M. E. (1981). The Agenda-Setting approach In D. Nimmo, & K. Sanders (Eds.), *The handbook of political communication* (pp. 121-141). Beverly Hills, CA: Sage.
- McCombs, M. E., & Reynolds, A. (2002). News influence on our pictures of the world In J. Bryant, & D. Zillmann (Eds.), *Media effects. Advances in theory and research* (pp. 1-18). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting function of mass media *Public Opinion Quarterly* 36, 176-187.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. (1977). The Agenda-Setting function of the press. In D. Shaw, & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American political issues* (Vol. 36, pp. 1-18). St. Paul: West Publishing Company

- Mccroskey, J. C., & Jenson, T. A. (1975). Image of mass-media news sources. *Journal of Broadcasting, 19*(2), 169-180.
- McLeod, D. M., Kosicki, G. M., & McLeod, J. M. (2002). Resurveying the boundaries of political communications effects In J. Bryant, & D. Zillmann (Eds.), *Media effects. Advances in theory and research* (pp. 1-18). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mehrabian, A. (1970). A semantic space for nonverbal behavior. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 35*(2), 248-257
- Mehrabian, A., & Ferris, S. R. (1967). Inference of attitudes from non-verbal communication in two channels. *Journal of Consulting Psychology, 31*, 248-252.
- Mehrabian, A., & Wiener, M. (1967). Decoding of inconsistent communication. *Journal of Personality and Social Psychology, 6*, 109-114.
- Merz, C. (1925). What makes a first-page story? A Theory based on the ten big news stories of 1925 *New Republic* (30. 12. 1925), 156-158.
- Meyrowitz, J. (1979). Television and interpersonal behavior: Codes of perception and response In G. Gumpert, & R. Cathcart (Eds.), *Inter/Media. Interpersonal communication in media world* (pp. 56-77). New York Oxford University Press
- Mignault, A., & Chaudhuri, A. (2003). The many faces of a neutral face: Head tilt and perception of dominance and emotion. *Journal of Nonverbal Behavior, 27*(2), 111-132.
- Morris, D., Collett, P., Marsh, P., & O'Shaughnessy, M. (1980). *Gestures: Their origins and distribution*. New York: Scarborough.
- Newcomb, T. M. (1953). An Approach to the study of communicative acts *Psychological Review, 60*, 393-404.

- Nimmo, D. (1990). Principles of information selection in information processing: A preliminary political analysis In S. Kraus (Ed.), *Mass communication and political information processing* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Nisbett, R. E., Peng, K., Choi, I., & Norenzayan, A. (2001). Culture and system of thought: Holistic vs. analytic cognition *Psychological Review*, *108*, 291-310.
- Osgood, C. E. (1966). Dimensionality of the semantic space for communication via facial expressions. *Scandinavian Journal of Psychology*, *7*, 1-30.
- Osgood, C. E. (1969). On the whys and wherefores of E, P, and A. *Journal of Personality and Social Psychology*, *12*, 194-199.
- Osgood, C. E. (1974). Probing subjective culture: 2. Cross-cultural tool-using.
- Patterson, M. L., Churchill, M. E., Burger, G. K., & Powell, J. L. (1992). Verbal and nonverbal modality effects on impressions of political candidates: Analysis from the 1984 Presidential debates. *Communication Monographs*, *59*(3), 231-242.
- Petersen, A., Bente, G., & Krämer, N. C. (2002). Virtuelle Stellvertreter: Analyse avatar-vermittelter Kommunikationsprozesse. In G. Bente, A. Petersen, & N. C. Krämer (Eds.), *Virtuelle Realitäten* (pp. 227-253). Göttingen: Hogrefe.
- Pfetsch, B., & Esser, F. (2004). *Comparing political communication. Theories, cases, and challenges*. Cambridge: University Press
- Pöhls, U. (1989). *Politik im Fernsehen: Zur Personalisierung in den Fernsehnachrichten der USA, Frankreichs und der Bundesrepublik Deutschland*. Düsseldorf.
- Riesman, D., Glazer, N., & Denney, R. (1953). *The lonely crowd: A study of the changing American character*. Garden City, NY: Doubleday.

- Rogers, E. M., & Dearing, J. W. (1988). Agenda-Setting research: Where has it been? Where is it going ? In J. A. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook 11* (pp. 555-594). Newbury Park, CA: Sage.
- Rössler, P. (2004). Political communication messages. Pictures of our world on Television news. In F. Esser, & B. Pfetsch (Eds.), *Comparing political communication. Theories, cases and challenges*. (pp. 271-292). Cambridge: Cambridge University Press.
- Scherer, K. (1979). Die Funktionen des nonverbalen Verhaltens im Gespräch. In K. Scherer, & H. Wallbott (Eds.), *Nonverbale Kommunikation: Forschungsberichte zum Interaktionsverhalten* (pp. 25-32). Weinheim: Beltz.
- Schmerl, C. (2004). „Kluge“ Köpfe - „dumme“ Körper? Einige Wirkungen der Kopfbetonung bei männlichen und der Körperbetonung bei weiblichen Pressefotos. *Publizistik*, 49, 48-65.
- Schönbach, K. (1977). *Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums*. . Freiburg/München
- Schulz, W. (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung* Freiburg/München Albert Karl.
- Schulz, W. (2008). *Politische Kommunikation* (2 ed.). Wiesbaden VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*. San Diego: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (1994). Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values In U. Kim, H. Triandis, C. Kagitcibasi, S.-C. Choi, & G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, method and applications* (pp. 85-119). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Schwarz, N., & Kurz, E. (1989). What's in a picture? The impact of face-ism on trait attribution. *European Journal of Social Psychology, 19*(4), 311-316.
- Senokozlieva, M., Fischer, O., Bente, G., & Krämer, N. C. (2006). Of frames and cultures -a cross-cultural comparison of TV newscasts. *Zeitschrift für Medienpsychologie, 18*(4), 160-173.
- Smith, L. R. (1992). Media networking. Toward a model for the global management of sociocultural change In F. Korzenny, S. Ting-Toomey, & E. Schiff (Eds.), *Mass media effects across cultures* (Vol. 16, pp. 201-228). Newbury Park: SAGE.
- Smith, P. B., Dugan, S., & Trompenaars, F. (1996). National culture and the values of organizational employees: A dimensional analysis across 43 nations *Journal of Cross-Cultural Psychology, 27*, 231-264.
- Sparks, G. G., & Fehlner, C. L. (1986). Faces in the news: Gender comparisons of magazine photographs. *Journal of Communication, 36*(4), 70-79.
- Staab, J. F. (1990). *Nachrichtenwert-Theorie* (Vol. 17). München: Karl Alber
- Straubhaar, J. D., Greenberg, B. S., Ferreira, L., Wicks, R. H., & Lau, T.-Y. (1992). What makes news? Western, socialist and Third-World Television newscasts compared in eight countries In F. Korzenny, S. Ting-Toomey, & E. Schiff (Eds.), *Mass media effects across cultures* (Vol. 16, pp. 89-109). Newbury Park: SAGE.
- Szillis, U. (2007). *Untersuchung der zu Grunde liegenden Prozesse des Face-ism Effekts und des Face-ism Phänomens*. Dissertation. Universität Mannheim.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel, & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago, IL: Nelson-Hall.

- Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing In S. Reese, O. Gandy & A. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 95-106). Mahawah, NJ: Lawrence Erlbaum
- Tomkins, S. S. (1984). Affect theory. In K. Scherer, & P. Ekman (Eds.), *Approaches to emotion* (pp. 163-196). Hillsdale: LEA.
- Triandis, H. (1972). *Analysis of subjective culture. Comparative studies in behavioral science*. New York: John Wiley, & Sons Inc
- Triandis, H. (1990). Cross-cultural studies of individualism and collectivism In J. Berman (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation, 1989* (pp. 41-133). Lincoln University of Nebraska Press
- Unz, D. (2008a). Agenda Setting In N. Krämer, S. Schwan, D. Unz, & M. Suckfüll (Eds.), *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*. (pp. 193-197). Stuttgart: Kohlhammer.
- Unz, D. (2008b). Framing. In N. Krämer, S. Schwan, D. Unz, & M. Suckfüll (Eds.), *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*. (pp. 144-155). Stuttgart: Kohlhammer.
- Warren, C. (1959). *Modern news reporting*. (3 ed.). New York: Evanston
- Westley, B. H., & MacLean, M. S. (1955). A conceptual model for communications research *Audio-Visual Communication Review*, 3, 3-12.
- White, D. (1950). The "Gate Keeper": A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly* 27.
- Whitehead, G. I., & Smith, S. H. (2002). The use of hand gestures and smiles in the inaugural addresses of presidents of the United States. *Journal of Social Psychology*, 142(5), 670-672.

- Wirth, W., & Kolb, S. (2004). Designs and methods of comparative political communication research In F. Esser, & B. Pfetsch (Eds.), *Comparing political communication* (pp. 87-114). Cambridge: Cambridge University Press
- Wu, H. D. (2000). Systemic determinants of international news coverage: A comparison of 38 countries. *Journal of Communication*, 50(2), 110-130.
- Zandpour, F., & Sadri, G. (1996). Communication in personal relationships in Iran: A comparative analysis In *Communication in personal relationships across cultures* (pp. 174-195). Thousand Oaks, CA.
- Zebrowitz-McArthur, L. (1988). Person perception in cross-cultural perspective. In M. H. Bond (Ed.), *The cross-cultural challenge to social psychology* (pp. 245-265). Newbury Pk, CA: Sage.
- Zebrowitz, L. A. (1990). *Social perception*. Buckingham: Open University Press
- Zuckerman, M. (1986). On the meaning and implications of facial prominence. *Journal of Nonverbal Behavior*, 10(4), 215-229.
- Zuckerman, M., & Kieffer, S. C. (1994). Race differences in face-ism: Does facial prominence imply dominance? *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(1), 86-92.

8 Online-Quellen

Al-Ahram Weekly | Front page | Back to the fold, Abruf von:

<http://weekly.ahram.org.eg/2003/655/fr2.htm>, Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

Arabinfo Information Network, Abruf von: <http://www.arabworld.org/>, Zugriff: Januar

2007 – Dezember 2008

BBC News | BUSINESS | Euro rally on hold, Abruf von:

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/1003600.stm>, Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

BBC NEWS | Middle East | Iraq's mixed bunch of bodyguards, Abruf von:

http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/middle_east/5148356.stm, Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

Dossier: Emile Lahoud (November 2001), Abruf von:

http://www.meib.org/articles/01111_ld1.htm, Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

EMM News Explorer: Hoshyar Zebari, Abruf von:

<http://press.jrc.it/NewsExplorer/entities/fr/129.html>, Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

Image:Egypt.HosniMubarak.01.jpg - Wikimedia Commons, Abruf von:

<http://commons.wikimedia.org/wiki/Image:Egypt.HosniMubarak.01.jpg>,
Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

Index Am-Aq, Abruf von: <http://rulers.org/indexa3.html#aoun>, Zugriff: Januar 2007 –

Dezember 2008

Index J, Abruf von: <http://rulers.org/indexj.html#jabir>, Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

Iran / Religions & People, Abruf von http://lexicorient.com/e.o/iran_4.htm, Zugriff :
Mai 2005 – Dezember 2008

IraqCoalition.org: Homepage of The New Iraq, Abruf von:
http://www.iraqcoalition.org/government/governing_council.html, Zugriff: Ja-
nuar 2007 – Dezember 2008

Laith Kubba Interview : Iraq - Goals for Americans, Abruf von:
<http://www.goalsforamericans.org/2008/04/01/laith-kubba/>, Zugriff: Januar 2007
– Dezember 2008

Michel Aoun - Wikipedia, the free encyclopedia, Abruf von:
http://en.wikipedia.org/wiki/Michel_Aoun, Zugriff: Januar 2007 – Dezember
2008

Online NewsHour: Iraqi Prime Minister Spokesman Laith Kubba Discusses Insurgent,
Violence, Military Training -- June 23, 2005, Abruf von:
http://www.pbs.org/newshour/bb/middle_east/jan-june05/kubba_6-23.html,
Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

Rulers, Abruf von: <http://rulers.org/>, Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

Sabah, Sheikh Jabir al-Ahmad al- -- Britannica Online Encyclopedia, Abruf von:
[http://original.britannica.com/eb/art-94456/Emir-of-Kuwait-Sheikh-Jabir-al-
Ahmad-al-Sabah](http://original.britannica.com/eb/art-94456/Emir-of-Kuwait-Sheikh-Jabir-al-Ahmad-al-Sabah), Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

Speakers at the celebration 'A Welcome to the Euro', Abruf von:
[http://www.evro.si/en/slo-and-euro/news-events/euro-
ceremony/photos/speakers/](http://www.evro.si/en/slo-and-euro/news-events/euro-ceremony/photos/speakers/), Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

The President, Abruf von: http://www.presidency.gov/eg/html/the_president.html,
Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

The World From Berlin: German Ex-Minister in Hot Water For Attacking His Party -
SPIEGEL ONLINE - News – International, Abruf von:
<http://www.spiegel.de/international/germany/0,1518,529928,00.html>, Zugriff:
Januar 2007 – Dezember 2008

Wikipedia – Die freie Enzyklopädie, Abruf von: <http://de.wikipedia.org/>, Zugriff: Januar
2007 – Dezember 2008

Wikipedia, the free encyclopedia, Abruf von: <http://www.en.wikipedia.org/wiki/>,
Zugriff: Januar 2007 – Dezember 2008

9 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Darstellung der Berechnung von Face-ism-Index	18
Abbildung 2: Das Zwiebelndiagramm – Manifestationen der Kultur auf unterschiedlichen Ebenen.....	28
Abbildung 3: Individualismus- und Machtdistanzwerte der Untersuchungsländer (Hofstede, 2003)	42
Abbildung 4: Begriffliche und erhebungsmethodische Differenzierungsgesichtspunkte in der nonverbalen Interaktionsforschung (Bente 2002, S. 135)	55
Abbildung 5: INVAS. <i>Auswahl links</i> : Die Operationstasten stellen die Möglichkeit für genaues Kodieren Bild für Bild dar. <i>Auswahl rechts</i> : Funktion, welche die relevanten Ausprägungen einer ausgewählten Kategorie zeigt.	64
Abbildung 6: Ergebnisse der Chi-Quadrat-Analyse dargestellt im Prozent für die Kategorie „Personen im Bild“	66
Abbildung 7: Ergebnisdaten der Chi-Quadrat-Analyse für die Kategorie „Kameraeinstellung“ in Prozent	67
Abbildung 8: Thematische Aufteilung der politischen Hauptsendezeitnachrichten (in Prozent)	73
Abbildung 9: Kodierplattform Alias MotionBuilder® 7.5.2 mit benutzerdefinierter Oberfläche.....	106
Abbildung 10: Originalsequenzen und die entsprechenden Avatare.....	107
Abbildung 11: PARAGANOS: Parameter generator for analysis of nonverbal structure	108
Abbildung 12: Face-ism-Index	109
Abbildung 13: NVB-Lab: Programm zur Extraktion statistischer Kennwerte und Verlaufsanalyse nonverbaler Verhaltensparameter.	109
Abbildung 14: Verlaufskurve Face-ism-Index amerikanischer Politiker.....	116
Abbildung 15: Verlaufskurve Face-ism-Index deutscher Politiker	116
Abbildung 16: Verlaufskurve Face-ism-Index arabischer Politiker.....	116
Abbildung 17: Wahrnehmung von Dominanz und Face-ism-Effekt nach Erhebungsland	120

Abbildung 18: Darstellung der Dominanzeinschätzungen auf Item-Niveau für groß und klein abge	124
Abbildung 19: Sympathiewahrnehmung nach Bedingung in den Vereinigten Arabischen Emiraten	128
Abbildung 20: Sympathiewahrnehmung in der Realvideo-Bedingung	129
Abbildung 21: Kompetenzbewertung und Face-ism über alle drei Erhebungsländer hinweg	131
Abbildung 22: Dominanzeinschätzungen für das Erhebungsland USA und alle drei Bedingungen.	135
Abbildung 23: Dominanzeinschätzungen für Erhebungsland Deutschland und alle drei Bedingungen.	136
Abbildung 24: Dominanzeinschätzungen für Erhebungsland VAE und alle drei Bedingungen.	137
Abbildung 25: Dominanzeinschätzungen über alle drei Erhebungsländer hinweg	138
Abbildung 26: Allgemeine Sympathiebewertung nach Erhebungsland	141
Abbildung 27: Sympathieeinschätzungen für Erhebungsland USA und alle drei Bedingungen.	142
Abbildung 28: Sympathieeinschätzungen für Erhebungsland Deutschland und alle drei Bedingungen.	143
Abbildung 29: Sympathieeinschätzungen für Erhebungsland VAE und alle drei Bedingungen.	145
Abbildung 30: Sympathiebewertungen nach Bedingung für alle Kulturen über alle Erhebungsländer hinweg	147
Abbildung 31: Sympathiebewertung für die Bedingung Realvideo nach Erhebungsland und Kultur	148
Abbildung 32: Darstellung des wahrgenommenen Individualismus nach Bedingung und Kultur	159
Abbildung 33: Abbildung Individualismus und Kollektivismus über alle drei Länder und alle drei Bedingungen hinweg	160
Abbildung 34: Darstellung des wahrgenommenen Kollektivismus nach Bedingung und Kultur	161
Abbildung 35: Individualismus vs. Kollektivismus Bewertungen in den USA	162
Abbildung 36: Individualismus vs. Kollektivismus Bewertungen in Deutschland	163
Abbildung 37: Individualismus vs. Kollektivismus Bewertungen in den VAE	163

Abbildung 38: Individualismuseinschätzungen und Face-ism in den drei
Erhebungsländern 165

Abbildung 39: Kollektivismuseinschätzungen und Face-ism in den drei
Erhebungsländern 166

Abbildung 40: Kollektivismuseinschätzungen und Face-ism in den drei Bedingungen
..... 166

10 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Categoriesystem, Beschreibung und Ausprägungen	69
Tabelle 2: Häufigkeiten der im Bild präsentierten Personen	75
Tabelle 3: Häufigkeit der inszenierten sozialen und politischen Akteure auf dem ersten Prioritätsebene.....	76
Tabelle 4: Häufigkeit der Anzahl der gezeigten Personen im kommunikativen Hintergrund	77
Tabelle 5: Häufigkeit der sozialen Funktion im kommunikativen Hintergrund.....	78
Tabelle 6: Häufigkeit der Anzahl an Personen präsentiert im situativen Kontext.....	79
Tabelle 7: Häufigkeit der Verwendung unterschiedlicher Kameraeinstellung.....	81
Tabelle 8: Häufigkeit der Anzahl an Personen, die einen oder mehrere Politiker umgeben.....	83
Tabelle 9: Häufigkeit der sozialen Rollen in der kommunikativen Umgebung der Politiker.....	84
Tabelle 10: Ausgewählte Sender und Hauptsendezeit-Nachrichten, die aufgenommen wurden.....	97
Tabelle 11: Amerikanische Politiker sortiert nach Wichtigkeit.....	99
Tabelle 12: Deutsche Politiker sortiert nach Wichtigkeit.....	101
Tabelle 13: Arabische Politiker sortiert nach Wichtigkeit.....	103
Tabelle 14: Wahrnehmungsstudie – Verteilung der Teilnehmer.....	110
Tabelle 15: Face-ism Durchschnittswerte in Prozent	115
Tabelle 16: Rotierte Komponentenmatrix und die entsprechenden Ladungen auf die Faktoren	118
Tabelle 17: Verteilung der Rezipienten auf die Zwischensubjektfaktoren.....	119
Tabelle 18: Dominanzwahrnehmung in Bezug auf hohen oder niedrigen Face-ism-Index (auf Faktorniveau).....	122
Tabelle 19: Sympathiewahrnehmung in Bezug auf hohen oder niedrigen Face-ism-Index	130
Tabelle 20: Dominanzwahrnehmung in Bezug auf Kultur.....	140
Tabelle 21: Sympathiewahrnehmung in Bezug auf Kultur	149

Tabelle 22: Dominanz-Mittelwerte der Faktorwerte über alle Rezipienten hinweg nach Bedingung	154
Tabelle 23: Sympathie-Mittelwerte der Faktorwerte über alle Rezipienten hinweg nach Bedingung	155
Tabelle 24: Faktorenanalyse der Werte Individualismus/ Kollektivismus.....	157

11 Anhang

A	Schriftliche Instruktion zu der Bedingung 1	I
B	Schriftliche Instruktion zu den Bedingungen 2 und 3	II
C	Semantisches Differential zur Beurteilung	III
D	Individualismus/Kollektivismus-Skala	V
E	Makroanalyse. Pilotstudie: Kreuztabelle – Personen im Bild	VI
F	Makroanalyse. Pilotstudie: Kreuztabelle – Kamera	VII
G	Makroanalyse. Hauptstudie: Kreuztabelle –Themen	VIII
H	Mikroanalyse. Mittelwertetabellen	IX

Schriftliche Instruktion zu der Bedingung 1 (ohne Vorinformation)**Liebe UntersuchungsteilnehmerInnen,**

Sie nehmen an einer Untersuchung teil, die sich mit der Wahrnehmung von Personen beschäftigt. Wir werden Ihnen jetzt Videosequenzen vorspielen, in denen jeweils ein Politiker/in aus einer Nachrichtensequenz dargestellt wird.

Sie werden bei der Darbietung nicht hören, was die Person spricht. Im Anschluss an jede Videosequenz bitten wir Sie um die Bewertung der Person.

Urteilen Sie bitte spontan, ohne lange zu überlegen.

Wir versichern Ihnen, dass die Ergebnisse anonym bleiben und keiner Wertung unterliegen.

Tragen Sie bitte zuerst die Angaben zu Ihrer Person ein:

Alter:Jahre Geschlecht: weiblich männlich

Nationalität:

Beruf/Studienfach:

Schriftliche Instruktion zu den Bedingungen 2 (mit Vorinformation) und 3 (Realvideo)**Liebe UntersuchungsteilnehmerInnen,**

Sie nehmen an einer Untersuchung teil, die sich mit der Wahrnehmung von Personen beschäftigt. Wir werden Ihnen jetzt Videosequenzen vorspielen, in denen jeweils ein Politiker/in aus einer Nachrichtensequenz dargestellt wird. Die gezeigte Person kann aus den USA, Deutschland oder der arabischen Welt kommen. Der Versuchsleiter/in teilt Ihnen vor jedem Video die jeweilige Nationalität mit.

Sie werden bei der Darbietung nicht hören, was die Person spricht. Im Anschluss an jede Videosequenz bitten wir Sie um die Bewertung der Person.

Urteilen Sie bitte spontan, ohne lange zu überlegen.

Wir versichern Ihnen, dass die Ergebnisse anonym bleiben und keiner Wertung unterliegen.

Tragen Sie bitte zuerst die Angaben zu Ihrer Person ein:

Alter:Jahre Geschlecht: weiblich männlich

Nationalität:

Beruf/Studienfach:

Individualismus/ Kollektivismus-Skala
--

Im folgenden Abschnitt finden Sie eine Liste von Werten, welche für das Leben einer Person wichtig sein können.

Zu welchem Grad könnte jeder Wert eine Richtlinie für Person A sein?

1 = sehr unwichtig, 2 = unwichtig, 3 = eher unwichtig, 4 = neutral, 5 = eher wichtig, 6 = wichtig, 7 = sehr wichtig

	1	2	3	4	5	6	7
Eltern und ältere Menschen ehren (Respekt zeigen)							
Kreativität (Einzigartigkeit, Vorstellungskraft)							
Vergnügen (Befriedigung von Begierden)							
Nationale Sicherheit (Schutz meines eigenen Landes vor Feinden)							
Höflichkeit (Entgegenkommen, gute Manieren)							
Gehorsam (Pflichten erfüllen, Verpflichtungen nachkommen)							
Freiheit (Handlungsfreiheit und Freiheit der Gedanken)							
Gesellschaftsordnung (Stabilität der Gesellschaft)							
Ein abwechslungsreiches Leben (angefüllt mit Herausforderungen, Neuem und Veränderungen)							
Wagemutig sein (Abenteuer und Risiko suchen)							
Selbst-Disziplin (Selbstbeherrschung, Widerstand gegen Versuchungen)							
Unabhängigkeit (Eigenständigkeit, Wahl der eignen Ziele und Interessen)							
Ein aufregendes Leben (stimulierende Erfahrungen)							

Makroanalytische Ebene

Pilotstudie. Kreuztabelle: Personen im Bild

		Personen im Bild				
		keine	eine Person	kleine Gruppen (2-10)	große Gruppen (11 & mehr)	
Land/ Region		Anzahl	131	164	186	76
		Erwartet	105.5	166.0	193.8	91.8
	Deutschland	% innerh. des Landes	23.5%	29.4%	33.4%	13.6%
		% innerh. Personen im Bild	54.8%	43.6%	42.4%	36.5%
		Stand. Residuen	2.5*	-.2	-.6	-1.6
		Anzahl	63	120	112	35
		Erwartet	62.5	98.3	114.8	54.4
	USA	% innerh. des Landes	19.1%	36.4%	33.9%	10.6%
		% innerh. Personen im Bild	26.4%	31.9%	25.5%	16.8%
		Stand. Residuen	.1	2.2*	-.3	-2.6**
	Anzahl	45	92	141	97	
	Erwartet	71.0	111.7	130.4	61.8	
Arabische Welt	% innerh. des Landes	12.0%	24.5%	37.6%	25.9%	
	% innerh. Personen im Bild	18.8%	24.5%	32.1%	46.6%	
	Stand. Residuen	-3.1***	-1.9	.9	4.5***	

Signifikanzniveau: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Makroanalytische Ebene

Pilotstudie. Kreuztabelle: Kameraperspektive

		Kamera			
		Nah	Halbnah	Halbtotale	Totale
Land/ Region	Anzahl	111	197	133	116
	Erwartet	80.8	182.7	92.2	201.3
	Deutschland % innerh. des Landes	19.9%	35.4%	23.9%	20.8%
	% innerh. Kamera	60.7%	47.6%	63.6%	25.4%
	Stand. Residuen	3.4***	1.1	4.2***	-6.0***
	Anzahl	42	107	62	119
	Erwartet	47.9	108.3	54.7	119.2
	USA % innerh. des Landes	12.7%	32.4%	18.8%	36.1%
	% innerh. Kamera	23.0%	25.8%	29.7%	26.1%
	Stand. Residuen	-.8	-.1	1.0	.0
Arabische Welt	Anzahl	30	110	14	221
	Erwartet	54.4	123.0	62.1	135.5
	% innerh. des Landes	8.0%	29.3%	3.7%	58.9%
	% innerh. Kamera	16.4%	26.6%	6.7%	48.5%
	Stand. Residuen	-3.3***	-1.2	-6.1***	7.3***

Signifikanzniveau: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Makroanalytische Ebene

Hauptstudie. Kreuztabelle Themenkategorien

		Themenkategorien allgemein			
		Innenpolitik	Außen- politik	Internationale Politik	
Land/ Region	Deutschland	Anzahl	132	27	49
		Erwartet	91.4	92.4	24.2
		% innerh. des Landes	63.5%	13.0%	23.6%
		% innerh. Themen	45.4%	9.2%	63.6%
		Stand. Residuen	4.2***	-6.8***	5.0***
		<hr/>			
	USA	Anzahl	77	221	2
		Erwartet	131.9	133.2	34.9
		% innerh. des Landes	25.7%	73.7%	.7%
		% innerh. Themen	26.5%	75.2%	2.6%
		Stand. Residuen	-4.8***	7.6***	-5.6***
		<hr/>			
Arabische Welt	Anzahl	82	46	26	
	Erwartet	67.7	68.4	17.9	
	% innerh. des Landes	53.2%	29.9%	16.9%	
	% innerh. Themen	28.2%	15.6%	33.8%	
	Stand. Residuen	1.7	-2.7**	1.9	
	<hr/>				

Signifikanzniveau: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Wahrnehmung von Dominanz in Bezug auf Face-ism**

Dominanz	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Face-ism - hoch	USA	ohne Vorinfo	.10	.42	24
		mit Vorinfo	-.04	.41	24
		Real Videos	.14	.32	22
		Total	.07	.39	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	.16	.43	24
		mit Vorinfo	.19	.42	24
		Real Videos	.36	.32	23
		Total	.23	.40	71
	VAE	ohne Vorinfo	.07	.40	23
		mit Vorinfo	.03	.36	24
		Real Videos	.07	.34	24
		Total	.06	.36	71
	Total	ohne Vorinfo	.11	.41	71
		mit Vorinfo	.06	.40	72
		Real Videos	.19	.34	69
		Total	.12	.39	212
Face-ism - niedrig	USA	ohne Vorinfo	-.14	.40	24
		mit Vorinfo	-.10	.36	24
		Real Videos	-.08	.28	22
		Total	-.11	.35	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.26	.37	24
		mit Vorinfo	-.02	.43	24
		Real Videos	-.02	.38	23
		Total	-.10	.40	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.12	.41	23
		mit Vorinfo	-.23	.33	24
		Real Videos	-.25	.33	24
		Total	-.20	.36	71
	Total	ohne Vorinfo	-.17	.39	71
		mit Vorinfo	-.12	.38	72
		Real Videos	-.12	.34	69
		Total	-.14	.37	212

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Wahrnehmung von Sympathie in Bezug auf Face-ism**

Sympathie	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Face-ism - hoch	USA	ohne Vorinfo	.33	.51	24
		mit Vorinfo	.18	.41	24
		Real Videos	-.15	.44	22
		Total	.13	.49	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.01	.24	24
		mit Vorinfo	.05	.31	24
		Real Videos	-.11	.34	23
		Total	-.02	.30	71
	VAE	ohne Vorinfo	.14	.31	23
		mit Vorinfo	-.33	.31	24
		Real Videos	-.44	.37	24
		Total	-.21	.41	71
	Total	ohne Vorinfo	.15	.39	71
		mit Vorinfo	-.03	.40	72
		Real Videos	-.23	.41	69
		Total	-.04	.43	212
Face-ism - niedrig	USA	ohne Vorinfo	.34	.53	24
		mit Vorinfo	.27	.54	24
		Real Videos	-.20	.41	22
		Total	.15	.55	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	.10	.25	24
		mit Vorinfo	.18	.31	24
		Real Videos	-.14	.36	23
		Total	.05	.33	71
	VAE	ohne Vorinfo	.22	.41	23
		mit Vorinfo	.12	.28	24
		Real Videos	-.54	.46	24
		Total	-.07	.51	71
	Total	ohne Vorinfo	.22	.42	71
		mit Vorinfo	.19	.39	72
		Real Videos	-.30	.44	69
		Total	.04	.48	212

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Wahrnehmung von Kompetenz in Bezug auf Face-ism**

Kompetenz	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Face-ism - hoch	USA	ohne Vorinfo	-.11	.36	24
		mit Vorinfo	-.24	.37	24
		Real Videos	.11	.59	22
		Total	-.08	.47	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.28	.36	24
		mit Vorinfo	-.14	.32	24
		Real Videos	.12	.59	23
		Total	-.10	.46	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.09	.49	23
		mit Vorinfo	.08	.56	24
		Real Videos	.02	.58	24
		Total	.00	.54	71
	Total	ohne Vorinfo	-.16	.41	71
		mit Vorinfo	-.10	.45	72
		Real Videos	.08	.58	69
		Total	-.06	.49	212
Face-ism - niedrig	USA	ohne Vorinfo	-.02	.33	24
		mit Vorinfo	-.10	.43	24
		Real Videos	.35	.48	22
		Total	.07	.45	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.14	.44	24
		mit Vorinfo	-.08	.32	24
		Real Videos	.29	.53	23
		Total	.02	.47	71
	VAE	ohne Vorinfo	.06	.41	23
		mit Vorinfo	.05	.41	24
		Real Videos	.22	.59	24
		Total	.11	.48	71
	Total	ohne Vorinfo	-.03	.40	71
		mit Vorinfo	-.04	.39	72
		Real Videos	.29	.53	69
		Total	.07	.47	212

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Wahrnehmung von Entspannung in Bezug auf Face-ism**

Entspannung	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Face-ism - hoch	USA	ohne Vorinfo	.06	.32	24
		mit Vorinfo	.11	.36	24
		Real Videos	.00	.37	22
		Total	.06	.35	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.08	.39	24
		mit Vorinfo	-.16	.33	24
		Real Videos	.09	.33	23
		Total	-.05	.36	71
	VAE	ohne Vorinfo	.07	.42	23
		mit Vorinfo	.13	.49	24
		Real Videos	.30	.40	24
		Total	.17	.44	71
	Total	ohne Vorinfo	.01	.38	71
		mit Vorinfo	.03	.42	72
		Real Videos	.14	.38	69
		Total	.06	.40	212
Face-ism - niedrig	USA	ohne Vorinfo	-.13	.30	24
		mit Vorinfo	.02	.42	24
		Real Videos	-.23	.30	22
		Total	-.11	.36	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.12	.41	24
		mit Vorinfo	.01	.46	24
		Real Videos	-.13	.41	23
		Total	-.08	.43	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.03	.47	23
		mit Vorinfo	.01	.40	24
		Real Videos	-.01	.47	24
		Total	-.01	.44	71
	Total	ohne Vorinfo	-.10	.40	71
		mit Vorinfo	.01	.42	72
		Real Videos	-.12	.41	69
		Total	-.07	.41	212

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Wahrnehmung von Dominanz in Bezug auf Kultur**

Dominanz	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Amerikanisch	USA	ohne Vorinfo	.30	.51	24
		mit Vorinfo	.24	.62	24
		Real Videos	.63	.53	22
		Total	.39	.57	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	.28	.45	24
		mit Vorinfo	.28	.41	24
		Real Videos	.56	.40	23
		Total	.37	.43	71
	VAE	ohne Vorinfo	.17	.48	23
		mit Vorinfo	.13	.45	24
		Real Videos	.19	.46	24
		Total	.16	.46	71
	Total	ohne Vorinfo	.25	.48	71
		mit Vorinfo	.22	.50	72
		Real Videos	.45	.50	69
		Total	.31	.50	212
Deutsch	USA	ohne Vorinfo	-.17	.49	24
		mit Vorinfo	-.31	.25	24
		Real Videos	-.16	.33	22
		Total	-.22	.37	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.15	.38	24
		mit Vorinfo	.15	.42	24
		Real Videos	.27	.37	23
		Total	.08	.42	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.01	.44	23
		mit Vorinfo	-.29	.50	24
		Real Videos	-.18	.38	24
		Total	-.16	.45	71
	Total	ohne Vorinfo	-.11	.44	71
		mit Vorinfo	-.15	.45	72
		Real Videos	-.03	.41	69
		Total	-.10	.44	212

Dominanz	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Arabisch	USA	ohne Vorinfo	-.15	.46	24
		mit Vorinfo	-.14	.43	24
		Real Videos	-.36	.39	22
		Total	-.21	.43	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.24	.36	24
		mit Vorinfo	-.16	.49	24
		Real Videos	-.27	.54	23
		Total	-.22	.46	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.22	.46	23
		mit Vorinfo	-.12	.39	24
		Real Videos	-.24	.34	24
		Total	-.19	.40	71
	Total	ohne Vorinfo	-.20	.42	71
mit Vorinfo		-.14	.43	72	
Real Videos		-.29	.43	69	
Total		-.21	.43	212	

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Wahrnehmung von Sympathie in Bezug auf Kultur**

Sympathie	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Amerikanisch	USA	ohne Vorinfo	.20	.58	24
		mit Vorinfo	.22	.55	24
		Real Videos	-.32	.75	22
		Total	.04	.67	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	.00	.26	24
		mit Vorinfo	.08	.28	24
		Real Videos	-.40	.43	23
		Total	-.10	.39	71
	VAE	ohne Vorinfo	.07	.42	23
		mit Vorinfo	-.63	.60	24
		Real Videos	-1.23	.62	24
		Total	-.60	.76	71
	Total	ohne Vorinfo	.09	.44	71
		mit Vorinfo	-.11	.62	72
		Real Videos	-.66	.73	69
		Total	-.22	.68	212
Deutsch	USA	ohne Vorinfo	.47	.59	24
		mit Vorinfo	.24	.39	24
		Real Videos	.11	.44	22
		Total	.28	.50	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	.18	.29	24
		mit Vorinfo	.26	.36	24
		Real Videos	.21	.36	23
		Total	.22	.33	71
	VAE	ohne Vorinfo	.25	.41	23
		mit Vorinfo	-.07	.45	24
		Real Videos	-.05	.49	24
		Total	.04	.47	71
	Total	ohne Vorinfo	.30	.46	71
		mit Vorinfo	.14	.42	72
		Real Videos	.09	.44	69
		Total	.18	.45	212

Sympathie	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Arabisch	USA	ohne Vorinfo	.34	.48	24
		mit Vorinfo	.21	.58	24
		Real Videos	-.30	.53	22
		Total	.09	.59	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.07	.29	24
		mit Vorinfo	-.01	.50	24
		Real Videos	-.18	.44	23
		Total	-.08	.42	71
	VAE	ohne Vorinfo	.20	.46	23
		mit Vorinfo	.34	.38	24
		Real Videos	-.17	.68	24
		Total	.12	.56	71
	Total	ohne Vorinfo	.16	.45	71
mit Vorinfo		.18	.51	72	
Real Videos		-.21	.56	69	
Total		.04	.53	212	

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Wahrnehmung von Kompetenz in Bezug auf Kultur**

Kompetenz	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Amerikanisch	USA	ohne Vorinfo	-.13	.39	24
		mit Vorinfo	-.35	.67	24
		Real Videos	.18	.90	22
		Total	-.11	.70	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.33	.47	24
		mit Vorinfo	-.18	.40	24
		Real Videos	.05	.62	23
		Total	-.16	.52	71
	VAE	ohne Vorinfo	.03	.58	23
		mit Vorinfo	-.06	.75	24
		Real Videos	.03	.72	24
		Total	-.00	.68	71
	Total	ohne Vorinfo	-.15	.50	71
		mit Vorinfo	-.20	.63	72
		Real Videos	.08	.74	69
		Total	-.09	.64	212
Deutsch	USA	ohne Vorinfo	-.06	.33	24
		mit Vorinfo	-.19	.52	24
		Real Videos	.18	.44	22
		Total	-.03	.46	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.26	.42	24
		mit Vorinfo	-.13	.30	24
		Real Videos	.29	.61	23
		Total	-.04	.51	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.14	.56	23
		mit Vorinfo	.15	.57	24
		Real Videos	.09	.62	24
		Total	.04	.59	71
	Total	ohne Vorinfo	-.15	.44	71
		mit Vorinfo	-.06	.50	72
		Real Videos	.18	.56	69
		Total	-.01	.52	212

Kompetenz	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Arabisch	USA	ohne Vorinfo	-.01	.45	24
		mit Vorinfo	.03	.46	24
		Real Videos	.30	.45	22
		Total	.10	.47	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.04	.42	24
		mit Vorinfo	-.01	.44	24
		Real Videos	.26	.59	23
		Total	.07	.50	71
	VAE	ohne Vorinfo	.05	.41	23
		mit Vorinfo	.11	.45	24
		Real Videos	.22	.63	24
		Total	.13	.50	71
	Total	ohne Vorinfo	.00	.42	71
mit Vorinfo		.04	.45	72	
Real Videos		.26	.56	69	
Total		.10	.49	212	

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Wahrnehmung von Entspannung in Bezug auf Kultur**

Entspannung	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Amerikanisch	USA	ohne Vorinfo	.03	.33	24
		mit Vorinfo	.07	.55	24
		Real Videos	-.02	.59	22
		Total	.03	.49	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.08	.34	24
		mit Vorinfo	-.08	.38	24
		Real Videos	.05	.43	23
		Total	-.04	.38	71
	VAE	ohne Vorinfo	.04	.42	23
		mit Vorinfo	.20	.60	24
		Real Videos	.44	.65	24
		Total	.23	.58	71
	Total	ohne Vorinfo	-.01	.36	71
		mit Vorinfo	.06	.52	72
		Real Videos	.16	.59	69
		Total	.07	.50	212
Deutsch	USA	ohne Vorinfo	-.17	.39	24
		mit Vorinfo	-.10	.40	24
		Real Videos	-.13	.41	22
		Total	-.13	.40	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.32	.43	24
		mit Vorinfo	-.29	.56	24
		Real Videos	.04	.42	23
		Total	-.20	.50	71
	VAE	ohne Vorinfo	.03	.45	23
		mit Vorinfo	-.00	.48	24
		Real Videos	.27	.50	24
		Total	.10	.48	71
	Total	ohne Vorinfo	-.16	.44	71
		mit Vorinfo	-.13	.49	72
		Real Videos	.07	.47	69
		Total	-.08	.48	212

Entspannung	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Arabisch	USA	ohne Vorinfo	.06	.30	24
		mit Vorinfo	.24	.41	24
		Real Videos	-.17	.44	22
		Total	.05	.41	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	.11	.46	24
		mit Vorinfo	.13	.52	24
		Real Videos	-.13	.40	23
		Total	.04	.47	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.01	.59	23
		mit Vorinfo	.02	.46	24
		Real Videos	-.24	.51	24
		Total	-.08	.53	71
Total	ohne Vorinfo	.05	.46	71	
	mit Vorinfo	.13	.47	72	
	Real Videos	-.18	.45	69	
	Total	.00	.47	212	

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Zuschreibung von Individualismus in Bezug auf Kultur**

Individualismus	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Amerikanisch	USA	ohne Vorinfo	.19	.59	24
		mit Vorinfo	.17	.59	24
		Real Videos	.20	.58	22
		Total	.18	.58	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	.13	.56	24
		mit Vorinfo	-.01	.51	24
		Real Videos	-.14	.79	23
		Total	-.01	.63	71
	VAE	ohne Vorinfo	.46	.77	23
		mit Vorinfo	.39	.60	24
		Real Videos	.44	.70	24
		Total	.43	.68	71
	Total	ohne Vorinfo	.26	.65	71
		mit Vorinfo	.18	.58	72
		Real Videos	.17	.73	69
		Total	.20	.65	212
Deutsch	USA	ohne Vorinfo	-.10	.66	24
		mit Vorinfo	-.04	.37	24
		Real Videos	-.21	.64	22
		Total	-.11	.56	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.08	.45	24
		mit Vorinfo	-.13	.44	24
		Real Videos	-.00	.51	23
		Total	-.07	.47	71
	VAE	ohne Vorinfo	.17	.71	23
		mit Vorinfo	-.02	.60	24
		Real Videos	.37	.64	24
		Total	.17	.66	71
	Total	ohne Vorinfo	-.00	.62	71
		mit Vorinfo	-.06	.48	72
		Real Videos	.06	.64	69
		Total	-.00	.58	212

Individualismus	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Arabisch	USA	ohne Vorinfo	-.13	.63	24
		mit Vorinfo	-.17	.60	24
		Real Videos	-.52	.77	22
		Total	-.26	.68	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.21	.40	24
		mit Vorinfo	-.75	.74	24
		Real Videos	-.63	.74	23
		Total	-.53	.68	71
	VAE	ohne Vorinfo	.26	.72	23
		mit Vorinfo	.10	.43	24
		Real Videos	.16	.62	24
		Total	.17	.60	71
Total	ohne Vorinfo	-.03	.62	71	
	mit Vorinfo	-.27	.70	72	
	Real Videos	-.32	.79	69	
	Total	-.21	.71	212	

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Zuschreibung von Kollektivismus in Bezug auf Kultur**

Kollektivismus	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Amerikanisch	USA	ohne Vorinfo	-.30	.58	24
		mit Vorinfo	-.33	.56	24
		Real Videos	.33	.93	22
		Total	-.11	.76	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.48	.70	24
		mit Vorinfo	-.11	.61	24
		Real Videos	.52	.55	23
		Total	-.03	.74	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.03	.66	23
		mit Vorinfo	-.42	.70	24
		Real Videos	-.22	.80	24
		Total	-.22	.73	71
	Total	ohne Vorinfo	-.27	.67	71
		mit Vorinfo	-.29	.63	72
		Real Videos	.20	.83	69
		Total	-.12	.74	212
Deutsch	USA	ohne Vorinfo	-.11	.61	24
		mit Vorinfo	-.16	.48	24
		Real Videos	.26	.76	22
		Total	-.01	.64	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.30	.52	24
		mit Vorinfo	-.16	.59	24
		Real Videos	.38	.59	23
		Total	-.03	.63	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.14	.76	23
		mit Vorinfo	.03	.79	24
		Real Videos	.15	.51	24
		Total	.02	.70	71
	Total	ohne Vorinfo	-.18	.63	71
		mit Vorinfo	-.10	.63	72
		Real Videos	.27	.62	69
		Total	-.01	.65	212

Kollektivismus	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Arabisch	USA	ohne Vorinfo	-.14	.59	24
		mit Vorinfo	.04	.51	24
		Real Videos	.40	.79	22
		Total	.09	.67	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.19	.49	24
		mit Vorinfo	.25	.68	24
		Real Videos	.47	.51	23
		Total	.17	.62	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.01	.70	23
		mit Vorinfo	.06	.50	24
		Real Videos	.38	.56	24
		Total	.15	.61	71
	Total	ohne Vorinfo	-.11	.59	71
		mit Vorinfo	.11	.57	72
		Real Videos	.41	.62	69
		Total	.14	.63	212

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Zuschreibung von Individualismus in Bezug auf Face-ism**

Individualismus	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Face-ism - hoch	USA	ohne Vorinfo	.13	.56	24
		mit Vorinfo	.02	.47	24
		Real Videos	-.06	.60	22
		Total	.03	.54	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	.07	.52	24
		mit Vorinfo	-.16	.51	24
		Real Videos	-.14	.60	23
		Total	-.07	.55	71
	VAE	ohne Vorinfo	.35	.69	23
		mit Vorinfo	.28	.44	24
		Real Videos	.38	.62	24
		Total	.33	.58	71
	Total	ohne Vorinfo	.18	.60	71
		mit Vorinfo	.05	.50	72
		Real Videos	.07	.64	69
		Total	.10	.58	212
Face-ism - niedrig	USA	ohne Vorinfo	-.17	.58	24
		mit Vorinfo	-.04	.54	24
		Real Videos	-.31	.60	22
		Total	-.17	.58	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.20	.45	24
		mit Vorinfo	-.47	.45	24
		Real Videos	-.39	.65	23
		Total	-.35	.53	71
	VAE	ohne Vorinfo	.24	.67	23
		mit Vorinfo	.03	.52	24
		Real Videos	.25	.58	24
		Total	.17	.59	71
	Total	ohne Vorinfo	-.05	.60	71
		mit Vorinfo	-.16	.54	72
		Real Videos	-.14	.67	69
		Total	-.12	.61	212

Mikroanalytische Ebene**Mittelwerte: Zuschreibung von Kollektivismus in Bezug auf Face-ism**

Kollektivismus	Erhebungsland	Bedingung	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Face-ism - hoch	USA	ohne Vorinfo	-.25	.57	24
		mit Vorinfo	-.17	.48	24
		Real Videos	.34	.81	22
		Total	-.04	.67	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.45	.58	24
		mit Vorinfo	-.06	.59	24
		Real Videos	.43	.53	23
		Total	-.03	.66	71
	VAE	ohne Vorinfo	-.12	.67	23
		mit Vorinfo	-.20	.59	24
		Real Videos	.04	.62	24
		Total	-.10	.62	71
	Total	ohne Vorinfo	-.28	.61	71
		mit Vorinfo	-.14	.55	72
		Real Videos	.27	.68	69
		Total	-.05	.65	212
Face-ism - niedrig	USA	ohne Vorinfo	-.11	.61	24
		mit Vorinfo	-.13	.51	24
		Real Videos	.32	.76	22
		Total	.02	.65	70
	Deutschland	ohne Vorinfo	-.18	.43	24
		mit Vorinfo	.05	.60	24
		Real Videos	.48	.50	23
		Total	.11	.58	71
	VAE	ohne Vorinfo	.01	.70	23
		mit Vorinfo	-.00	.60	24
		Real Videos	.18	.50	24
		Total	.06	.60	71
	Total	ohne Vorinfo	-.09	.59	71
		mit Vorinfo	-.03	.57	72
		Real Videos	.32	.60	69
		Total	.07	.61	212