

Inhalt

1 Einleitung	11
2 Was ist Glaubwürdigkeit? Begriffsklärung und Definition	15
3 Lügen haben kurze Beine?	
Die verhaltensorientierte Glaubwürdigkeitsbeurteilung	22
3.1 Vorgehensweise und Befunde	22
3.2 Zwischenbilanz.....	33
4 Wer einmal lügt ...	
Die inhaltsorientierte Glaubwürdigkeitsbeurteilung	35
4.1 Glaubwürdigkeitsmerkmale des Aussageinhalts	36
4.2 Glaubwürdigkeitsmerkmale im zeitlichen Verlauf	38
4.3 Glaubwürdigkeitsmerkmale der Aussageweise	39
4.4 Persönlichkeitsmerkmale, Motive und individueller Entwicklungsstand	41
4.5 Zwischenbilanz	42
5 Wo das Wissen aufhört, fängt der Glaube an:	
Die Glaubwürdigkeit der Quelle	44
5.1 Die Anfänge: Das 'Prestige' der Quelle	45
5.2 Experimente im Rahmen der Persuasionsforschung: Die Hauptdimensionen 'Kompetenz' und 'Vertrauenswürdigkeit'....	47
5.3 Methodische Weiterentwicklung: Einsatz des Semantischen Differentials	61
5.4 Weitere Dimensionen: Ähnlichkeit, Sympathie und Attraktivität	66
5.5 Sprechverhalten	80
5.6 Zusätzliche Einflußfaktoren	85

5.6.1	Das Geschlecht des Sprechers	85
5.6.2	Einflußfaktor Rezipient: Persönlichkeitsspezifische Merkmale..	90
5.6.3	Einflußfaktor Rezipient: Die Beziehung zum Thema	96
5.6.4	Einflußfaktor Mitteilung:	
	Spezielle Merkmale von Stil und Inhalt	103
5.6.5	Der Zeitpunkt der Information	110
5.7	Der "sleeper effect"	113
5.8	Kritik an der quellenorientierten Glaubwürdigkeitsforschung ...	120
5.9	Alternative Modellvorstellungen	125
5.10	Zwischenbilanz	130
6	"Am glaubwürdigsten im Fernsehen ist immer noch	
	'Das Wort zum Sonntag'": Die Glaubwürdigkeit des Mediums ..	134
6.1	Eindimensionale Ansätze	135
6.2	Mehrdimensionale Ansätze	144
6.3	Spezifische Merkmale der Glaubwürdigkeit von Medien	148
6.4	Zusätzliche Einflußfaktoren,.....	152
6.4.1	Abhängigkeit vom Rezipienten	152
6.4.2	Abhängigkeit vom Thema	154
6.5	Befunde für die Bundesrepublik Deutschland	158
6.6	Spezielle Aspekte von Medien-Glaubwürdigkeit	164
6.6.1	Stilistische und inhaltliche Elemente	164
6.6.2	Elemente der optischen Präsentation	166
6.7	Zwischenbilanz	167
7	Vertrauenssache - Glaubwürdigkeitsprobleme in der	
	vermittelten Kommunikation	170
7.1	Die Rolle der Glaubwürdigkeit im Vermittlungs- und Mitteilungsprozeß	170
7.2	Die Information über Quellen	180
7.3	Unterschiedliche Vermittlungsstrategien:	
	'Journalist und 'Publizist'	185

7.4	Die Zuschreibung von Glaubwürdigkeit als publizistische Strategie	190
7.5	Die Glaubwürdigkeit anonymer Quellen	198
7.6	Zwischenbilanz	204
8	Der politische Skandal und die Rolle der Medien	207
8.1.	Definition des 'politischen Skandals'	207
8.2.	Die Rolle der Medien	211
8.3.	Skandale und die Glaubwürdigkeit der Beteiligten	216
8.4.	Zwischenbilanz	220
9	Zusammenfassung und Ausblick	221
9.1	Befunde der Glaubwürdigkeitsforschung	222
9.2	Die Glaubwürdigkeit von Akteuren: Operationalisierung und Ergebnisse	224
9.2.1	Kompetenz	229
9.2.2	Vertrauenswürdigkeit	231
9.2.3	Dynamik / Selbstdarstellung	236
9.2.4	Soziale Billigung	239
9.2.5	Sympathie	241
9.3	Die Berichterstattung über Skandale: Zentrale Ergebnisse	243
9.4	Anwendungsmöglichkeiten	249
	Literaturverzeichnis	254