

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	15
<b>THEORETISCHER HINTERGRUND.....</b>	<b>19</b>
<b>1 Wirkung der Kommunikationsbestandteile in der kurzfristigen Wahrnehmung .....</b>	<b>21</b>
1.1 Überblick: Prozess der Urteilsbildung über Politiker im Fernsehen und Bestandteile von Kommunikation.....	21
1.2 Verbale Kommunikation: Thema.....	26
1.3 Verbale Kommunikation: Argumentation.....	27
1.4 Verbale Kommunikation: Rhetorik.....	29
1.5 Visuelle nonverbale Kommunikation .....	34
1.6 Auditive nonverbale Kommunikation: Parasprache.....	38
<b>2 Wie wirken verbale und nonverbale Informationen zusammen? Das Paradigma von der Übermacht des Visuellen und des Nonverbalen ...</b>	<b>43</b>
<b>3 Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile: Interdisziplinäre Erklärungsansätze der Verarbeitung und Wirkung audiovisueller Kommunikation .....</b>	<b>49</b>
3.1 Informationsaufnahme und -verarbeitung im Gehirn.....	50
3.2 Informationsspeicherung: Paivios Theorie der Dualen Codierung ....	53
3.3 Einfluss der Randbedingungen: Die Dual-Process-Modelle.....	56
3.3.1 <i>Das Elaboration Likelihood-Modell.....</i>	<i>57</i>
3.3.2 <i>Heuristisch-Systematisches Modell der Informationsverarbeitung .....</i>	<i>60</i>
<b>4 Die Relevanz des Nonverbalen: Empirische Ergebnisse.....</b>	<b>65</b>
4.1 Überblick über die Untersuchungsanlagen der empirischen Studien..	65
4.2 Experimentelle Ansätze: Gestaltung der Stimuli .....	67
4.3 Verbreite Untersuchungsdesigns experimenteller Untersuchungen....	74
4.3.1 <i>Untersuchungen einzelner Modalitäten.....</i>	<i>74</i>

4.3.2	<i>Untersuchungen mehrerer Modalitäten</i> .....	76
4.3.3	<i>Alternative Untersuchungsdesigns</i> .....	82
<b>5</b>	<b>Untersuchungsgegenstand TV-Duell</b> .....	<b>89</b>
5.1	Gründe für die Auswahl des TV-Duells.....	89
5.2	Das Duell „Schröder gegen Merkel“ im September 2005: Hintergrund, Merkmale und Wirkung.....	95
<b>6</b>	<b>Annahmen: Ableitung</b> .....	<b>99</b>
	<b>METHODE</b> .....	<b>103</b>
<b>7</b>	<b>Anlage der Untersuchung und Methoden</b> .....	<b>105</b>
7.1	Untersuchungsanlage und Durchführung.....	105
7.2	Messinstrument I: Inhaltsanalyse.....	108
7.3	Messinstrument III: Erhebung der Parasprache durch PRAAT .....	111
7.4	Messinstrument III: Erhebung der unmittelbaren Eindrücke der Probanden durch Realtime-Response-Measurement.....	113
<b>8</b>	<b>Übersicht der untersuchten Variablen</b> .....	<b>119</b>
	<b>ERGEBNISSE</b> .....	<b>123</b>
<b>9</b>	<b>Zwei Kommunikationsstile? – Beschreibung des Kommunikationsverhaltens der Kandidaten</b> .....	<b>125</b>
9.1	Verbale und visuelle Präsenz der Kandidaten im Duell.....	125
9.2	Themen .....	130
9.3	Argumentationsstrategien .....	132
9.4	Rhetorische Strategien .....	135
9.5	Visuelles nonverbales Verhalten.....	137
<b>10</b>	<b>Verhaltensmuster der Kandidaten: Häufige Verhaltenskombinationen</b> .....	<b>143</b>
10.1	Verhaltensmuster Gerhard Schröders .....	144
10.2	Verhaltensmuster Angela Merkels.....	146
<b>11</b>	<b>Methodendiskussion und Auswahl eines geeigneten Ansatzes zur multivariaten, sekundenübergreifenden Wirkungsanalyse</b> .....	<b>151</b>
11.1	Bestimmung der Latenzzeit, Verschiebung der Eindruckszeitreihe und durchschnittliche Wahrnehmung in den Einzelsekunden .....	152
11.2	Multiple Regression: Verfahrensbeschreibung und Einschränkungen.....	157

11.3 Prüfung ARIMA-Transformation und GLS-Regression als Alternativen .....	162
11.4 Herleitung Verfahrensalternative: Regression mit gleitenden Summen .....	167
<b>12 Der Einfluss von Inhalten/Themen, Argumentation, Rhetorik und visuellem nonverbalem Verhalten auf die unmittelbare Wahrnehmung .....</b>	<b>171</b>
12.1 Vorbereitung und Durchführung der multiplen Regressionen .....	172
12.2 Wirkungsrichtung und -stärke der einzelnen Verhaltensweisen .....	173
12.3 Anhänger bestärken und Gegner überzeugen? Die Wirkung der Verhaltensweisen auf die Zuschauergruppen.....	185
12.4 Die Relevanz der Kommunikationsdimensionen im Vergleich .....	200
12.5 Das Ganze ist mehr als die Summe der einzelnen Teile: Interaktionseffekte zwischen visuellen und verbalen Verhaltensweisen .....	212
<b>13 Persuasion auf der peripheren Route? – Bedeutung des nonverbalen Verhaltens bei geringem Involvement .....</b>	<b>227</b>
<b>14 Optische Kommentierung der Zuhörer und auditives nonverbales Verhalten der Kandidaten: Struktur und Wirkung .....</b>	<b>235</b>
14.1 Der Einfluss des Zuhörerverhaltens auf die Sprecherwahrnehmung.....	235
14.2 Parasprache der Kandidaten.....	240
<b>15 Diskussion der Ergebnisse und ihrer Generalisierbarkeit .....</b>	<b>253</b>
15.1 Überblick: Der Untersuchungsansatz der vorliegenden Arbeit.....	253
15.2 Zusammenfassung: Die Relevanz des Nonverbalen im TV-Duell....	254
15.3 Einen guten Eindruck machen: Sieben Thesen darüber, welche Verhaltensweisen im Fernsehduell eine positive Wirkung entfalten .....	256
15.4 Kritik der Ergebnisse und methodische Implikationen für die weitere Erforschung der Relevanz des Nonverbalen .....	263
15.5 Schlussfolgerung: Generalisierbarkeit der Ergebnisse.....	265
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>269</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>295</b>