

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	9
<b>1. Einleitung</b> .....	17
<b>2. Wort und Bild als Wirkfaktoren der Stereotypenbildung</b> .....	21
2.1 Verbale Konditionierung als Basis der Stereotypenbildung. ....	23
<b>3. Die visuelle Zeitenwende</b> .....	27
3.1 Zweihundertzweiundvierzig Fernsehsender für Bildung und Erziehung .....	31
<b>4. Der enge Blickwinkel der Ausdruckskunde</b> .....	33
4.1 Das unverständlich gebliebene Memorandum eines Physikers .....	34
4.1.1 Die dogmatische Natur des visuellen Eindrucks .....	40
4.2 Unbewußte Schlüsse .....	43
4.2.1 Die Gleichsetzung von Eindruck und Ausdruck .....	45
4.3 Agonie einer Wissenschaft .....	47
<b>5. Die kommunikationstheoretische Perspektive</b> .....	53
5.1 Das Methodenproblem .....	55
5.1.1 Semantische oder nonsemantische Kodierung nonverbalen Verhaltens? .....	58
5.1.2 Der Kniff des Alphabets .....	61
5.1.3 Positions-Zeitreihen als Grundlage der nonsemantischen Bewegungsnotation. ....	63
5.1.4 Das Berner System zur Beschreibung natürlicher menschlicher Bewegung .....	65
5.2 Die Theorie der «inferentiellen» Kommunikation .....	74
5.3 Medienwirkung: Die These vom «nichtssehenden» Auge .....	77
5.4 Medienwirkung: Die These von der «optischen Kommentierung» .....	81

<b>6. Die Neuorientierung der Wirkungsforschung</b> . . . . .	83
6.1 Neue Wege der Struktur und Wirkungsanalyse . . . . .	84
6.1.1 Integrierte Erfassung kognitiver und affektiver Medienwirkungen . . . . .	85
6.1.2 Die Ermittlung der Strukturmerkmale von «Schlüsselreizen». . . . .	91
<b>7. «Personalisierung» durch Visualisierung?</b> . . . . .	95
<b>8. Medienwirkung nonverbaler Kommunikation im interkulturellen Vergleich</b> . . . . .	99
8.1 Das Ausmaß der Durchsetzung von TV-Nachrichten mit visuellen Zitaten . . . . .	100
8.2 Regierungsformen, Machtgefüge und Medienpräsenz politischer Akteure . . . . .	106
8.3 Visuelle Medienwirkungen . . . . .	110
8.3.1 Evidenz auf einen Blick . . . . .	113
8.3.2 Nationale Stereotype . . . . .	121
8.3.3 Emotionale Stellungnahmen . . . . .	123
<b>9. Praktische Implikationen</b> . . . . .	131
<b>10. Die Macht des Bildes</b> . . . . .	135
<b>11. Zukünftige Forschungsaufgaben</b> . . . . .	143
<b>12. Literatur</b> . . . . .	149
<b>13. Anhang</b> . . . . .	159
<b>14. Namensregister</b> . . . . .	165
<b>15. Sachregister</b> . . . . .	169