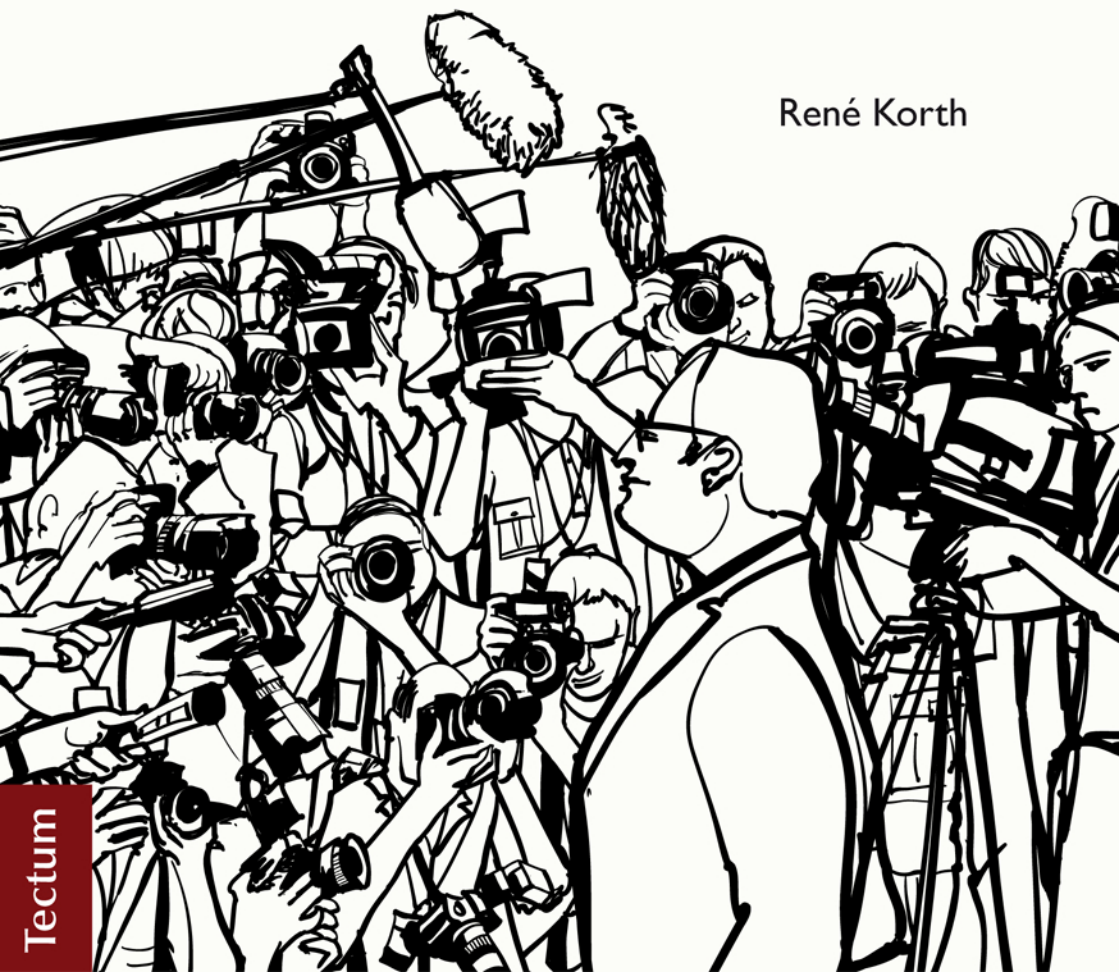


Vom Vorteil, schön zu sein

Wie *Attraktivität* die visuelle
Politikberichterstattung
beeinflusst

René Korth



René Korth

**Vom Vorteil,
schön zu sein**

René Korth

Vom Vorteil, schön zu sein

**Wie Attraktivität die visuelle
Politikberichterstattung beeinflusst**

Tectum Verlag

René Korth

**Vom Vorteil, schön zu sein.
Wie Attraktivität die visuelle Politikberichterstattung beeinflusst**

Umschlagabbildung: © shutterstock.com | isaxar

© Tectum Verlag Marburg, 2013

ISBN 978-3-8288-5970-8

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch unter der
ISBN 978-3-8288-3268-8 im Tectum Verlag erschienen.)

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de
www.facebook.com/tectum.verlag

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

*Für meine Eltern
Für Katharina, Guido und Emilia*

INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	11
TABELLENVERZEICHNIS	11
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	15
1 EINLEITUNG.....	17
1.1 Physische Attraktivität im Fokus der Wissenschaft	18
1.2 Forschungsinteresse und Fragestellung	19
1.3 Gliederung und Vorgehen	22
2 DAS THEORETISCHE KONZEPT	25
2.1 Attraktivität	25
2.1.1 Was ist eigentlich attraktiv?	25
2.1.2 Attraktivität aus evolutionsbiologischer und -psychologischer Sicht.....	27
2.1.3 Wie wirkt physische Attraktivität?	29
2.2 Der kommunikationswissenschaftliche Theorie- rahmen: Politische Kommunikation, Theorien der Nachrichtenauswahl und Darstellungseffekte	31
2.2.1 Politische Kommunikation	32
2.2.1.1 Politische Kommunikation: Eine Begriffsbestimmung ...	32
2.2.1.2 Politikberichterstattung	33
2.2.1.2.1 Die aktuelle Medienberichterstattung	34
2.2.1.2.2 Die Themen der Politikberichterstattung	36
2.2.1.2.3 Die Darstellung von Politiker/innen in der Politikberichterstattung.....	36
2.2.1.2.4 Die Tendenz in der Politikberichterstattung	39
2.2.1.3 Die visuelle Politikberichterstattung.....	41

2.2.1.3.1	Von der Pressefotografie zur politischen Pressefotografie.....	43
2.2.1.3.2	Funktionen von Fotografien in der Politikberichterstattung.....	45
2.2.1.3.3	Personendarstellungen in der visuellen Politikberichterstattung.....	46
2.2.2	Theorien der Nachrichtenauswahl.....	47
2.2.2.1	Von der Nachrichtenwerttheorie zur Fotonachrichten- werttheorie	47
2.2.2.2	Die Gatekeeper-Forschung.....	50
2.2.2.3	Die News-Bias-Forschung	52
2.2.3	Darstellungseffekte	53
2.2.3.1	Darstellungseffekte: Eine Begriffsbestimmung	53
2.2.3.2	Personenwahrnehmung anhand von Fotografien	56
2.2.3.3	Optische Kommentierung in der visuellen Politikberichterstattung	57
2.3	Übertragung des theoretischen Konzeptes auf die Forschungsfrage	58
3	EMPIRISCHER TEIL	63
3.1	Methode und Analysevorgehen	63
3.1.1	Attraktivitätsmessung deutscher Spitzenpolitiker/innen	63
3.1.1.1	Definition: Spitzenpolitiker/in, Untersuchungs- zeitraum und Auswahl.....	63
3.1.1.2	Auswahl geeigneter Fotografien.....	65
3.1.1.3	Truth of Consensus Method und Onlineumfrage	66
3.1.1.4	Validität und Reliabilität	70
3.1.2	Die Inhaltsanalyse von Pressefotografien	71
3.1.2.1	Die Inhaltsanalyse: Einige Anmerkungen	71
3.1.2.2	Samplebildung	73
3.1.2.3	Die Erstellung des Categoriesystems	75
3.1.2.4	Reliabilität und Validität	77
3.1.3	Weitere Einflussfaktoren auf die visuelle Politikberichterstattung	81

3.2	Empirische Ergebnisse	84
3.2.1	Empirische Ergebnisse der Attraktivitätsmessung	84
3.2.2	Empirische Ergebnisse der Inhaltsanalyse	86
3.3	Statistische Zusammenhänge zwischen der Attraktivität und der Bildberichterstattung	91
3.3.1	Statistische Zusammenhänge zwischen der Attraktivität und der Bildberichterstattungsmenge	91
3.3.2	Statistische Zusammenhänge zwischen der Attraktivität und der Tendenz der Bildunterzeile	94
3.3.3	Statistische Zusammenhänge zwischen der Attraktivität und den personenbezogenen Eigenschaften.....	96
3.3.4	Statistische Zusammenhänge zwischen der Attraktivität und der Tendenz der Gesamtdarstellung	106
4	SCHLUSSBETRACHTUNG.....	109
ANHANG 1	TABELLEN.....	115
ANHANG 2	DER ONLINE-FRAGEBOGEN.....	151
ANHANG 3	DAS CODEBUCH DER INHALTSANALYSE	153
LITERATURVERZEICHNIS.....		169

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Die Entstehung aktueller Berichterstattung als Prozess	35
Abbildung 2:	Darstellungseffekte im Modell	55

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1:	Reliabilitätstest für formale Kategorien	115
Tabelle 2:	Reliabilitätstest für inhaltliche Kategorien	115
Tabelle 3:	Reliabilitätstest für personenbezogene Eigenschaften	116
Tabelle 4:	Weitere Einflussfaktoren auf die Bildberichterstattungs- menge und -tendenz	117
Tabelle 5:	Attraktivitätswerte deutscher Spitzenpolitiker/innen nach Größe absteigend	119
Tabelle 6:	Die physische Attraktivität der Spitzenpolitiker/innen nach Geschlecht, Alter und Parteizugehörigkeit	120
Tabelle 7:	Attraktivitätswerte für deutsche Spitzenpolitiker/innen nach Geschlecht, Alter und Region der Rater/innen	121
Tabelle 8:	Fotografien und Darstellungsmenge von Spitzenpolitiker/innen	121
Tabelle 9:	Darstellungsmenge der Spitzenpolitiker/innen	122
Tabelle 10:	Ressort	123
Tabelle 11:	Bildunterzeile	123
Tabelle 12:	Bildtypen	123
Tabelle 13:	Bildberichterstattungsmenge nach Themengebiet	124
Tabelle 14:	Bildberichterstattungsmenge nach Informationsanlass	125
Tabelle 15:	Tendenz der Bildunterzeile	125
Tabelle 16:	Tendenz der Bildunterzeile nach Spitzenpolitiker/innen	126
Tabelle 17:	Darstellungen nach personenbezogenen Kategorien	127
Tabelle 18a:	Mittelwerte der personenbezogenen Kategorien nach Spitzenpolitiker/innen	128
Tabelle 18b:	Mittelwerte der personenbezogenen Kategorien nach Spitzenpolitiker/innen	129
Tabelle 19:	Tendenz der Darstellungen	130
Tabelle 20:	Tendenz der Darstellungen der Spitzenpolitiker/innen	130
Tabelle 21a:	Unterschiede zwischen der Tendenz der Bildunterschrift und der Tendenz der Darstellung	131
Tabelle 21b:	Unterschiede zwischen der Tendenz der Bildunterschrift und der Tendenz der Darstellung	132

Tabelle 22:	Bildberichterstattungsmenge nach Geschlecht, Alter und Parteizugehörigkeit	133
Tabelle 23:	Tendenz der Bildunterzeile nach Geschlecht, Alter und Parteizugehörigkeit	134
Tabelle 24:	Gesamttendenz nach personenbezogenen Eigenschaften nach Geschlecht, Alter und Parteizugehörigkeit	134
Tabelle 25:	Tendenz der Gesamtdarstellung nach Geschlecht, Alter und Parteizugehörigkeit	135
Tabelle 26:	Bildberichterstattungsmenge und Bildberichterstattungstendenz nach dem Attraktivitätsgrad der Spitzenpolitiker/innen	136
Tabelle 27:	Bivariate Korrelationen zwischen der Bilderstattungsmenge und -tendenz	137
Tabelle 28:	Einflüsse auf die Anzahl von Darstellungen von Spitzenpolitiker/innen (lineare Regression)	137
Tabelle 29:	Einflüsse auf die Tendenz der Bildunterzeile von Spitzenpolitiker/innen (lineare Regression)	138
Tabelle 30:	Bivariate Korrelationen zwischen der Attraktivität und den personenbezogenen Eigenschaften	138
Tabelle 31:	Einflüsse auf die Darstellung eines sympathischen Auftretens von Spitzenpolitiker/innen (lineare Regression)	139
Tabelle 32:	Einflüsse auf die Darstellung eines sicheren Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	140
Tabelle 33:	Einflüsse auf die Darstellung eines zuverlässigen Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	140
Tabelle 34:	Einflüsse auf die Darstellung eines lockeren Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	141
Tabelle 35:	Einflüsse auf die Darstellung eines offenen Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	141
Tabelle 36:	Einflüsse auf die Darstellung eines beherrschten Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	142
Tabelle 37:	Einflüsse auf die Darstellung eines starken Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien	143
Tabelle 38:	Einflüsse auf die Darstellung eines ehrlichen Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	143
Tabelle 39:	Einflüsse auf die Darstellung eines intelligenten Erscheinens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	144

Tabelle 40:	Einflüsse auf die Darstellung eines freundlichen Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	144
Tabelle 41:	Einflüsse auf die Darstellung eines kraftvollen Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	145
Tabelle 42:	Einflüsse auf die Darstellung eines kompetenten Erscheinens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	146
Tabelle 43:	Einflüsse auf die Darstellung eines entspannten Erscheinens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	146
Tabelle 44:	Einflüsse auf die Darstellung eines optimistischen Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	147
Tabelle 45:	Einflüsse auf die Darstellung eines heiteren Erscheinens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	148
Tabelle 46:	Einflüsse auf die Darstellung eines erfolgreichen Auftretens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	148
Tabelle 47:	Einflüsse auf die Darstellung eines vertrauenswürdigen Erscheinens von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	149
Tabelle 48:	Einflüsse auf die Gesamttendenz nach personenbezogenen Eigenschaften von Spitzenpolitiker/innen (lineare Regression)	149
Tabelle 49:	Einflüsse auf die Tendenz der Gesamtdarstellung von Spitzenpolitiker/innen auf Fotografien (lineare Regression)	150

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AFP	Agence France-Press
AP	Associated Press
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
CDU	Christlich-demokratische Union
CSU	Christlich-soziale Union
ddp	Deutscher Depeschendienst
d.h.	das heißt
dpa	Deutsche Presse-Agentur
dpp	Deutsches Presse Portal
ebd.	ebenda
EP	Europäisches Parlament
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
F.A.S.	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung
F.A.Z.	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FDP	Freie Demokratische Partei
FR	Frankfurter Rundschau
o.S.	ohne Seitenangabe
SPD	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
SZ	Süddeutsche Zeitung
taz	tageszeitung
u.a.	unter anderem/und andere
usw.	und so weiter
u.v.m.	und vieles mehr
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

1 EINLEITUNG

„Hübsch genug fürs Wahlplakat?“ titelte *Spiegel Online* am 12.1.2012 und berichtete ausführlich über den Sexismus-Vorwurf innerhalb der Freien Demokratischen Partei (FDP). In diesem Artikel kritisierte die Bundesvorsitzende der Liberalen Frauen, Doris Buchholz, dass in ihrer Partei nur noch attraktive Kandidatinnen auf Wahlplakaten abgebildet werden, gemäß dem altbekannten Motto „sex sells“ (vgl. *Spiegel Online* 2012a: o.S.). Im gleichen Onlinemagazin wird im Artikel „Lehr uns revolutionieren, Commandante Camila!“ vom 30.1.2012 über die chilenische Studentenführerin Camila Vallejo berichtet. Dieser Artikel kommt dabei zu dem Fazit, dass vor allem die natürliche Attraktivität und Eloquenz der Studentenführerin dabei helfen, den Protest gegen den chilenischen Staatspräsidenten Sebastián Piñera zu entfachen (vgl. *Spiegel Online* 2012b: o.S.). Schließlich berichtete noch die Wochenzeitung *Der Freitag* auf ihrer Internetseite am 1.3.2012 in dem Artikel „Mariannes Töchter¹“ über die Eroberung der deutschen und internationalen Politik durch intelligente, aber vor allem attraktive Frauen (vgl. *Der Freitag* 2012: o.S.).

Alle drei Artikel haben gemeinsam, dass sie die Attraktivität von Politikerinnen in den Vordergrund ihrer Berichterstattung stellen. So beschreiben die Artikel ausführlich, welche Vorteile die physische Attraktivität für Politikerinnen haben kann, um auf sich und ihre Ziele aufmerksam zu machen, aber auch, welche Nachteile sich daraus ergeben. So kann man oftmals das Gefühl haben, dass vor allem die Medien durch ihre Berichterstattung über attraktive Politiker/innen den Leser/innen

1 Der Titel dieses Artikels bezieht sich auf die ehemalige Bundesgeschäftsführerin der Piraten Marina Weisband. Sie wurde von den deutschen Medien aufgrund ihrer Telegenität und der daraus resultierenden häufigen Medienpräsenz oftmals als Aushängeschild bzw. Oberpiratin der Partei wahrgenommen.