

Zusammenfassung

Im Alltag bewerten Menschen ihre Kommunikationspartner meist unbewusst aufgrund von Stimme, Sprechweise und Gesicht. In dieser Dissertation wird der Frage nachgegangen, welcher Eindruck bei der Beurteilung von Attraktivität, Sympathie und Persönlichkeit eine größere Rolle spielt: die Stimme oder das Gesicht?

Zur Beantwortung dieser Fragestellung wurden drei Perzeptionstests mit weiblichen Stimmen und Gesichtern durchgeführt. Dabei wurden Attraktivität, Sympathie und psychologisch standardisierte Persönlichkeitseigenschaften der Frauen beurteilt. Die empirischen Untersuchungen überprüfen zum einen das „What is beautiful is good“-Stereotyp, das besagt, dass attraktiveren Menschen positivere Persönlichkeitsmerkmale zugeordnet werden. Zum anderen geben sie Aufschluss darüber, ob die Stimme oder das Gesicht relevanter bei der Bewertung von Attraktivität, Sympathie und Persönlichkeit ist. Auditive und akustische Eigenschaften werden herausgearbeitet, die weibliche Stimmen attraktiv und sympathisch wirken lassen sowie deren Persönlichkeitswirkung beeinflussen.

Das „What is beautiful is good“-Stereotyp konnte in dieser Arbeit nur eingeschränkt für das weibliche Korpus repliziert werden. Die akustische Analyse der Stimmen zeigte, dass insbesondere die Prosodie, die zeitliche Organisation der Sprache und die Stimmqualität ausschlaggebend für deren Wahrnehmung waren. Die Untersuchung der Relevanz von Stimme oder Gesicht bei der Beurteilung von Attraktivität, Sympathie und Persönlichkeit ergab, dass das Gesicht nur bei der Attraktivitätsbewertung die Beurteilung dreimal stärker beeinflusste als die Stimme. Bei der Bewertung von Sympathie und Persönlichkeitseigenschaften hingegen war die Stimme zwei- bis viermal relevanter als das Gesicht.

Abstract

In everyday life, people usually assess their communication partners unconsciously based on their voice, speech, and face. This dissertation investigates which impression is more relevant for the perception of attractiveness, likability and personality: the voice or the face?

To answer this question, three perception tests with female voices and faces were conducted. During these tests, the attractiveness, likability, and standardized psychological personality traits of the women were evaluated. On the one hand, the empirical studies examine the "What is beautiful is good" stereotype which suggests that more attractive people are also attributed more favourable personality traits. On the other hand, they provide insight into whether the voice or the face is more relevant when evaluating attractiveness, likability, and personality. Additionally, auditory and acoustic properties are identified which make female voices appear attractive, likable and which influence their perceived personality.

The "What is beautiful is good" stereotype could only be replicated to a limited extend for the female corpus in this study. The acoustic analysis of the voices revealed that prosody, temporal organization of speech and voice quality were crucial for their perception. The investigation of the relevance of voice or face in the assessment of attractiveness, likability, and personality showed that the face influenced attractiveness ratings three times more than the voice. However, in the evaluation of likability and personality traits, the voice was two to four times more relevant than the face.