



Diese Meldung wurde von presstext ausgedruckt und ist unter <http://www.pressetext.com/news/20150114003> abrufbar.

pte20150114003 Bildung/Karriere, Kultur/Lifestyle

"Babyfaces" haben im Aufschwung Hochkonjunktur

Harte Kerle in Boom-Phasen laut wissenschaftlicher Erhebung total out

Conway/Berlin (pte003/14.01.2015/06:05) - Prominente mit weichen Gesichtszügen sind in wirtschaftlich florierenden Zeiten wesentlich erfolgreicher als eher raue Typen. Zu diesem Ergebnis kommt Terry F. Pettijohn, Psychologieprofessor an der Coastal Carolina University <http://coastal.edu>, der die Korrelation zwischen ökonomischem Klima und Popular Culture innerhalb eines Jahrzehntes untersucht hat.



"Babyface": Ökonomie bestimmt beliebte Gesichter (Foto: C. Bordeck/pixelio.de)

"Aufgrund der Mimik und Gesichtszüge beurteilen wir unbewusst, welche Persönlichkeitseigenschaften ein Mensch hat. Menschen mit kantigen und härteren Zügen wurden in mehreren Studien als durchsetzungsstärker und dominanter eingeschätzt. Das sind Eigenschaften, die Sicherheit vermitteln und gerade in Rezessionen wünschenswert sind. Allerdings wurde solchen Personen auch negative Eigenschaften wie eine geringere Einfühlsamkeit zugeschrieben. Hier punkten die weicheren Gesichtszüge", so Dirk Eilert, Leiter der Eilert-Akademie für emotionale Intelligenz <http://eilert-akademie.de>, gegenüber presstext.

Suche nach Sicherheit

Die zehn Jahre andauernde Analyse des Auf- und Abstiegs von prominenten Persönlichkeiten zeigt, dass in wirtschaftlich schlechten Zeiten rau wirkende Stars großen Erfolg haben. Reife, eher kleine Augen und ein langes Kinn sind dann am beliebtesten. Wenn sich ein Boom nähert, verändern sich jedoch die Geschmäcker des Publikums. Beliebte Prominente haben dann eher kindliche Gesichter.

Der Grund für dieses turbulente Auf und Ab der Präferenzen ist psychologisch. In wirtschaftlich schwachen Zeiten sehnen sich Menschen nach Personen, die ihnen Halt geben. Für Menschen der Öffentlichkeit bedeutet das, dass unter ihnen besonders reif und erfahren wirkende Merkmale beliebt sind. Das Publikum glaubt sich in psychologischer Sicherheit zu befinden, wenn sie besonders oft dieser Art von Gesicht begegnen.

Musik stark beeinflusst

Gerade für große Agenturen sind vergleichbare wissenschaftliche Untersuchungen wichtig, denn sie geben vor, wann welche Stars beliebt sind und wann sie eher mit Desinteresse konfrontiert werden. Agenten, Talent-Scouts und Kritiker können sich an diesen Informationen bedienen und auf diese Weise ein lukratives Geschäft daraus machen.

Pettijohn forschte auch an weiteren Korrelationen. So fand er in einer 2012 publizierten Studie heraus, dass in Boom-Phasen der US-Wirtschaft Lieder mit besonders schnellem Tempo erfolgreich sind. Sie zeichnen sich in solchen Zeiten außerdem durch anregende Melodien aus.

(Ende)

Aussender: presstext.redaktion
 Ansprechpartner: Sabrina Manzey
 Tel.: +43-1-81140-303
 E-Mail: manzey@pressetext.com
 Website: www.pressetext.com

