

Kognitive Emotionspsychologie

Alexander Grau

Bildmedien entfalten ihre Wirkung über die Emotionen. Zumindest lautet so ein gängiges Klischee. Wie diese Emotionalisierungseffekte zustande kommen, ist jedoch umstritten. Der vielversprechendste emotionstheoretische Ansatz der letzten Jahre ist dabei die sogenannte Cognitive Appraisal Theory. Zwei Studien in der jüngsten Ausgabe des „Journal of Media Psychology“ untersuchen die Tragfähigkeit dieses Modells anhand der Fähigkeit, sich in den emotionalen Zustand eines fiktiven Protagonisten einzufühlen, und der Emotionalisierungseffekte von Nachrichtenformaten.

„Ach wenn mirs nur gruselte“, seufzte der Junge, der auszog, um das Fürchten zu lernen. Doch nichts konnte ihn erschrecken: weder ein als Gespenst verkleideter Küster noch eine Nacht unter einem Galgen mit sieben Erhängten oder der Spuk in dem verwünschten Schloss des Königs: „Ich weiß immer noch nicht was gruseln ist“, stellte er resigniert fest, nachdem ihm der König nicht nur die Hand seiner Tochter, sondern auch noch einen großen Goldschatz vermacht hatte.

Für uns erheblich furchtsamere Leser des Märchens hält der Text jedoch einen gewichtigen Trost parat. Der Junge, der auszog, das Fürchten zu lernen, ist überaus dumm. Nicht Mut macht ihn so furchtlos, sondern seine ausgeprägte Beschränktheit. Damit beweist das Märchen der Brüder Grimm ein feines psychologisches Gespür hinsichtlich der Rolle von Emotionen für unsere kognitiven Fähigkeiten.

Dass die Fähigkeit, Angst zu empfinden, auf kognitiven Prozessen basiert, wird schon daran deutlich, dass viele Angstzustände nicht durch tatsächlich vorhandene Sachverhalte ausgelöst werden, sondern durch Vermutungen darüber, was passieren *könnte*. Nicht der dunkle Keller ist gruselig, sondern die Phantasien, die er auslöst. Erst die Fähigkeit, uns aufgrund unserer Erfahrungen und unseres Wissens Geschichten auszumalen, erschließt uns das weite Feld möglicher Ängstigungen.

Filme arbeiten mit verschiedenen Techniken der Emotionserzeugung. Eine der wichtigsten Strategien, Gefühle beim Zuschauer auszulösen, ist, dessen Fähigkeit zu Empathie auszunutzen. Interessanterweise funktioniert diese Form der Emotionsauslösung auch dann, wenn der Held selbst gar keine Anzeichen einer Gefühlsregung zu erkennen gibt. Spätestens hier stellt sich die Frage, weshalb das eigentlich so ist.

Aus der Erforschung der Textrezeption ist bekannt, dass Leser mit sogenannten Situationsmodellen arbeiten, die nicht nur Ort, Zeit und Handlungsabläufe umfassen, sondern zugleich Informationen über die emotionalen Reaktionen und den Charakter der wichtigsten Personen. Gernsbacher u. a. (1992) konnten zeigen, dass der emotionale Zustand einer Hauptperson vom Leser auch dann erschlossen und in das Gefüge des Situationsmodells integriert wird, wenn die Gefühle des Helden nicht

»Filme arbeiten mit verschiedenen Techniken der Emotionserzeugung. Eine der wichtigsten Strategien, Gefühle beim Zuschauer auszulösen, ist, dessen Fähigkeit zu Empathie auszunutzen. Interessanterweise funktioniert diese Form der Emotionsauslösung auch dann, wenn der Held selbst gar keine Anzeichen einer Gefühlsregung zu erkennen gibt.«

explizit erwähnt werden. Daran anknüpfend, machten Gygas u. a. (2003) allerdings deutlich, dass die Annahmen des Lesers weniger auf ganz spezifischen Gefühlen basieren, sondern sich auf ein gewisses Stimmungsspektrum gründen. Roseman u. a. (1996) ergänzten diese einschätzungstheoretischen Ansätze, indem sie nachwiesen, dass für das Auftreten positiver oder negativer Gefühle verschiedene kognitive Aspekte eine Rolle spielen. So lösen unerwartete oder inkonsistente Situationen beim Rezipienten negative Gefühle aus. Insbesondere Gefühle des Lesers, die das vermutete Innenleben des Helden wiedergeben, aber nicht notwendigerweise durch den Leser selbst reflektiert werden (vgl. Schramm/Wirth 2006), scheinen ein konstituierendes zentrales Element des jeweiligen Situationsmodells darzustellen (vgl. Vega u. a. 1997).

schneller zu verstehen als emotional abweichende Aussagen. Diese Effekte sollten sich zudem durch Filmmusik verstärken lassen – insbesondere, wenn man mit Boltz u. a. (1991) davon ausgeht, dass Filmmusik nicht selber Emotionen induziert, sondern die Aufmerksamkeit für den emotionalen Zustand der handelnden Charaktere erhöht und so auf den Rezipienten zurückwirkt.

Töpfer und Schwan überprüften diese Fragestellungen mit Hilfe von 64 Versuchspersonen, überwiegend Studenten, denen acht kurze Clips aus James-Bond-Filmen gezeigt wurden, die hinsichtlich ihrer Dramaturgie und ihrer Binnenhandlung kohärent und abgeschlossen waren und eine definierbare Emotion bei Bond zeigten. Die Clips wurden den Grundemotionen Freude, Stolz, Angst und Ärger zugeordnet, wobei darauf geachtet wurde, dass der Held selbst diese Emotionen in der entsprechenden

»Experimentelle Methoden und Theorien der Textrezeption lassen sich auf die Filmrezeption übertragen.«

Wie Ohler (1994) ausführt, gilt das Situationsmodell nicht nur für das Lesen von Texten, sondern ebenso für das Schauen von Filmen, wenngleich es im Wesen des Mediums Film liegt, dass insbesondere die emotionalen Zustände der Helden kaum indirekt erschlossen werden müssen, sondern zumeist recht deutlich dargestellt werden. Allerdings ist das Erschließen von Emotionen anhand von kontextuellen Faktoren auch für das Medium Film überaus bedeutsam (vgl. Mobbs u. a. 2006). Dies gilt umso mehr, als im Film Faktoren für die emotionale Einschätzung eine Rolle spielen, die weit über den Kontext des eigentlichen Plots und der Anlage der Charaktere hinausweisen: Licht, Farben, Bildstimmungen, Musik.

Die Emotionen des Helden und das Wissen des Zuschauers

Sollten Rezipienten beim Sehen eines Films tatsächlich Situationsmodelle generieren, die denen beim Lesen von Texten entsprechen und somit auch die emotionalen Zustände der Protagonisten einschließen, so müssten sich, wie Jörn Töpfer und Stephan Schwan (Tübingen) in ihrem Aufsatz (2008) betonen, die Ergebnisse von Gernsbacher auf Filme übertragen lassen. Insbesondere sollte es für Zuschauer schwieriger sein, Aussagen über den emotionalen Zustand eines Helden zu machen, die konträr oder zumindest abweichend vom aktuellen Situationsmodell des Rezipienten sind. Darüber hinaus sollen Zuschauer in der Lage sein, stimmige Behauptungen über den emotionalen Charakter einer Filmszene

Sequenz nicht zu erkennen gab, sondern diese von den Zuschauern aus dem Kontext zu erschließen waren. Während des Abspielens der Filmausschnitte wurden den Zuschauern Tafeln eingeblendet, die im Stil von Zwischentiteln bei Stummfilmen Emotionen anzeigten, die kohärent, nicht kohärent oder neutral gegenüber der zu erschließenden Emotion von Bond waren. Aufgabe der Zuschauer war es, durch einen Tastendruck wieder in den Clip einzusteigen, wenn sie den Inhalt der Tafel verstanden hatten. Die Reaktionszeiten wurden dabei gemessen. Diese Versuche wurden mit und ohne Filmmusik durchgeführt, wobei im zweiten Fall das berühmte Bond-Motiv als musikalisches Leitthema gewählt wurde.

Tatsächlich zeigte sich im Ergebnis, dass Beschreibungen von Emotionen, die sich nicht kohärent in das Situationsmodell des jeweiligen Zuschauers fügten, von diesen schwerer zu verstehen waren. Zumindest brauchten die Versuchspersonen signifikant länger, die entsprechend eingeblendeten Sätze zu verarbeiten. Aufgrund der Ähnlichkeit der Ergebnisse konnten Töpfer und Schwan damit zunächst ganz grundsätzlich die Vermutung bestätigen, dass sich experimentelle Methoden und Theorien der Textrezeption auf die Filmrezeption übertragen lassen. Die zum Lesen der eingeblendeten Sätze notwendige Zeit spiegelt dabei den Widerspruch zwischen emotionalem Satzgehalt und tatsächlichem emotionalem Zustand des Helden wider. Die Vermutungen über Letzteren werden von den Rezipienten offensichtlich aufgrund von Kontextinformationen und psychologischem Alltagswissen erschlossen, ohne dass dabei Gefühlsäußerungen des Protagonisten selbst notwendig

sind. Das bedeutet wiederum, dass die Fähigkeit zur empathischen Rezeption auf kognitiven Modellen beruht. Gefühle Dritter werden, wenn man so will, nicht erföhlt, sondern erschlossen. Das erklärt auch sehr gut, weshalb dem Helden Bond, also einem durch und durch „coolen“ Charakter ohne jede Emotion, dennoch Emotionen zugeschrieben werden. Dass die Filmmusik bei der Einschätzung emotionaler Zustände in der vorliegenden Studie keine Rolle spielte, überrascht, könnte allerdings darauf zurückzuführen sein, dass für alle getesteten Emotionen nur das eine bekannte Motiv verwendet wurde.

Der entscheidende Punkt der Untersuchung von Töpfer und Schwan liegt jedoch in der Bestätigung einschätzungstheoretischer Annahmen bei der Bewertung emotionaler Zustände von Filmcharakteren. Das Wissen um die Emotionen eines Protagonisten und die emotionale Reaktion des Zuschauers darauf beruhen – so weit kann man aufgrund der vorliegenden Untersuchungen vermuten – zunächst auf kognitiven Einschätzungen und Bewertungen und nicht auf unmittelbaren emotionalen Reaktionen.

»Das Wissen um die Emotionen eines Protagonisten und die emotionale Reaktion des Zuschauers darauf beruhen zunächst auf kognitiven Einschätzungen und Bewertungen und nicht auf unmittelbaren emotionalen Reaktionen.«

Bewertung und emotionale Reaktionen bei der Rezeption von Nachrichten

Sollten sich diese Ergebnisse bestätigen, hat dies auch Auswirkungen auf die Rezeptionsweise und vermutlich die Wirkungsmächtigkeit nicht fiktionaler Formate: Immerhin tragen wir eine beachtliche Anzahl historischer, geografischer oder politischer Situationskonzepte mit uns herum, die – ob sie den Tatsachen entsprechen oder nicht, spielt dabei eigentlich keine Rolle – eine rasche emotionale Einschätzung der Lage einzelner, auch fremder Personen ermöglichen, wie wir sie jeden Abend in den Nachrichten zu sehen bekommen. Dies gilt zumindest dann, wenn die emotionale Bewertung nicht auf Einföhlung beruht, die Zeit und eine gewisse Sympathie voraussetzt, sondern auf Modellen, die eine rasche kognitive Einschätzung ermöglichen.

Klaus R. Scherer (1984) unterscheidet in seinem „Component Process Model“ fünf Subsysteme einer emotionalen Reaktion:

- (1) ein kognitives System (Appraisal),
- (2) ein physiologisches System (Erregung),
- (3) ein motorisches System (Ausdruck),
- (4) ein motivationales System (Handlungsbereitschaften) und
- (5) ein „Monitor-System“ (subjektives Erleben).

Mit Hilfe eines „Component Patterning Process“ ordnet das Individuum einen Reiz oder ein Ereignis auf der Basis einer Reihe von Bewertungen ein. Die dabei erzeugten Bewertungsmuster hinsichtlich verschiedener Einzelkomponenten wie Neuigkeit, Angenehmsein oder Zielbezug sind mit entsprechenden Emotionen wie Freude, Angst oder Ärger assoziiert.

Aufbauend auf Scherers Modell untersuchten Dagmar Unz, Frank Schwab und Peter Winterhoff-Spurk (2008) die bisher eher stiefmütterlich behandelte Frage, wie jugendliche Rezipienten auf Gewalt in den Fernsehnachrichten reagieren.

In zwei Teilstudien analysierten sie zunächst den Zusammenhang von kognitiven Bewertungen und subjektivem Erleben, um dann, im zweiten Teil der Untersuchung, den Gesichtsausdruck der Zuschauer rezeptionsbegleitend zu erfassen.

Versuchspersonen waren 135 Schüler von 14 und 15 Jahren. Gezeigt wurde ihnen ein 15-minütiges Videotape mit zehn Reportagen aus deutschen Nachrichtensendungen. Am Ende jeder Reportage wurde das Band angehalten, um den Schülern Gelegenheit zu geben, ihre subjektiven Geföhle in einer Skala einzutragen. Die dabei erzielten Ergebnisse überraschen zunächst nicht: Gewaltfreie Clips lösten eher Freude und Überraschung aus, was als positiv empfunden wurde. Clips mit intendierter Gewalt (Verbrechen, Krieg) eher Wut, Ekel und Verachtung, was als negativ empfunden wurde. Auch Clips über nicht intendierte Gewalt (Katastrophen etc.) lösten keine positiven Reaktionen aus, sondern waren mit Angst und Trauer assoziiert.

Mimische Reaktionen auf Nachrichten

Um das mimische Ausdrucksverhalten bei der Rezeption von Nachrichten zu analysieren, wurde 18 Jugendlichen im Alter von 13 bis 18 Jahren in einer zweiten Studie ein Videoband mit zehn Nachrichtenbeiträgen gezeigt, die abwechselnd Gewalt darstellten oder gewaltfrei waren. Die Gewalt darstellenden Beiträge entstammten unterschiedlichen Kategorien wie vorsätzlicher Gewalt an Menschen, fahrlässiger Gewalt an Menschen oder vorsätzlicher Gewalt an Sachen. Die Videoanalyse der Gesichter erfolgte mittels des „Emotional Facial Action Coding System“ nach Ekman und Friesen (1982), bei dem versucht wird, mimische Bewegungen zu erfassen, die eindeutig einer Emotion zuzuordnen sind.

Es ist bemerkenswert, dass ein Viertel aller identifizierbaren mimischen Reaktionen Verachtung ausdrückte, Wut, Ekel oder Trauer, aber Überraschung oder Freude hingegen kaum ins Gewicht fielen. Weitaus weniger überraschend sind diese Ergebnisse, wenn man sie hinsichtlich ihres Gewaltanteils differenziert: Bei gewalthaltigen Clips reagieren die Probanden insgesamt heftiger und negativer als bei neutralen Reportagen. Dass Textinformationen die Reaktion auf bildliche Gewaltdarstellungen noch verstärkten bzw. ausschließlich sprachlich dargestellte Gewalt deutlichere Reaktionen hervorrief als entsprechende Bilder, weist allerdings weit über das Thema der Studie hinaus und wirft spannende Fragen zum Zusammenhang von Bildern, Sprache und Denken auf. Ein weiteres überraschendes Ergebnis war, dass pubertierende Jugendliche auf Gewalt gegen Tiere, die in einigen Clips präsentiert wurde, intensiver reagierten als auf Gewalt gegen Menschen. Hier sollten zukünftige Untersuchungen noch einmal nachfassen.

Auf die Gesamtfragestellung bezogen, bestätigt die Studie von Unz, Schwab und Winterhoff-Spurk zunächst das zugrunde gelegte Appraisal-Modell von Scherer. Fazit: Dass Szenen bewusst ausgeübter Gewalt Abscheu auslösen, die sich auch mimisch widerspiegelt und nicht als positiv empfunden wird, ist zunächst keine große Überraschung. Interessanter werden diese Ergebnisse, wenn man sie in einen weiteren Kontext stellt: Das von vielen Rezipienten zur Einschätzung von Nachrichtensendungen benutzte Situationsmodell ist bekanntlich nicht vom Himmel gefallen. Es basiert seinerseits wieder auf Medienrezeptionen. Ob dadurch mittel- oder langfristige Verstärkungseffekte erzeugt werden, ist umstritten. Ereignisse wie die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise legen solche Vermutungen aber nahe. Es ist nicht auszuschließen, dass uns die Fernsehnachrichten lediglich das Fürchten gelehrt haben – ohne dass wir dadurch jedoch schlauer geworden sind.

Literatur:

Boltz, M./Schulkind, M./Kotra, S.:

Effects of Background Music on Remembering of Filmed Events. In: *Memory and Cognition*, 19/1991, S. 595–606

Ekman, P./Friesen, W. V.:

Measuring Facial Movement with the Facial Action Coding System. In: P. Ekman (Hrsg.): *Emotion in the Human Face.* Cambridge 1982, S. 178–211

Gernsbacher, M. A./

Goldsmith, H. H./

Robertson, R. R. W.:

Do Readers Mentally Represent Characters' Emotional States? In: *Cognition and Emotion*, 6/1992, S. 89–111

Gygax, P./Oakhill, J./

Garnham, A.:

The Representation of Characters' Emotional Responses: Do Readers Infer Specific Emotions? In: *Cognition and Emotion*, 17/2003, S. 413–428

Mobbs, D./Weiskopf,

N./Lau, H. C./Feather-

stone, E./Dolan, R. J./

Frith, C. D.:

The Kuleshov Effect: The Influence of Contextual Framing on Emotional Attributions. In: *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 1/2006, S. 95–106

Ohler, P.:

Kognitive Filmpsychologie. Verarbeitung und mentale Repräsentation narrativer Filme. Münster 1994

Roseman, I. J./Antoniou, A. A./Jose, P. E.:

Appraisal Determinants of Emotions: Constructing a More Accurate and Comprehensive Theory. In: *Cognition and Emotion*, 10/1996, S. 241–277

Scherer, K. R.:

On the Nature and Function of Emotion: A Component Process Approach. In: K. R. Scherer/P. Ekman (Hrsg.): *Approaches to Emotion.* Hillsdale (N. J.) 1984

Schramm, H./Wirth, W.:

Medien und Emotionen. Bestandsaufnahme eines vernachlässigten Forschungsfeldes aus medienpsychologischer Perspektive. In: *Medien & Kommunikationswissenschaften*, 54/2006, S. 25–55

Töpper, J./Schwan, S.:

James Bond in Angst? Inferences about Protagonists' Emotional States in Films. In: *Journal of Media Psychology*, 20/4/2008, S. 131–140

Unz, D./Schwab, F./

Winterhoff-Spurk, P.:

TV News – The Daily Horror? Emotional Effects on Violent Television News. In: *Journal of Media Psychology*, 20/4/2008, S. 141–155

Vega, M. de/Diaz, J. M./

Leon, I.:

To Know or not to Know: Comprehensive Protagonists' Beliefs and their Emotional Consequences. In: *Discourse Processes*, 23/1997, S. 169–192

Dr. Alexander Grau forscht über die Theoriebildung in der Philosophie und arbeitet als freier Autor und Lektor.

