

Lachout, Martin

Massenmediale Kommunikation und Emotionen

Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik. 2013, vol. 27, iss. 1-2, pp. [19]-31

ISBN 978-80-210-6409-6

ISSN 1803-7380 (print); ISSN 2336-4408 (online)

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/128414>

Access Date: 01. 12. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

MARTIN LACHOUT

MASSENMEDIALE KOMMUNIKATION UND EMOTIONEN

*Wenn Du vor mir stehst und mich ansiehst, was weißt Du von den Schmerzen,
die in mir sind und was weiß ich von den Deinen.
Und wenn ich mich vor Dir niederwerfen würde und weinen und erzählen
was wüßtest Du von mir mehr als von der Hölle,
wenn Dir jemand erzählt, sie ist heiß und fürchterlich.
Schon darum sollten wir Menschen vor einander so ehrfürchtig,
so nachdenklich, so liebend stehn wie vor dem Eingang zur Hölle ...*

Aus einem Brief Kafkas an Oskar Pollak, 8. 11. 1903.

Abstract

This paper deals with emotions, their cognitive processing and the relationship between emotions and language, as well as the influence of language on human emotions. It also covers the influence of media and its language on the human psyche.

Jeden Tag erleben wir Situationen, in denen wir unseren Emotionen freien Lauf lassen, handle es sich um Emotionen, die durch etwas Angenehmes hervorgerufen werden oder um Emotionen, deren Hintergrund negativer Natur ist. Emotionen gehören einfach zu unserem Alltagsleben und zu unserer alltäglichen Interaktion. Den Ausdruck unserer Emotionen können wir u. a. auch in unserem Sprachgebrauch beobachten, und zwar in Form von sog. rhetorischen Mitteln, wie es z. B. bei der Ironie der Fall ist. Wenn z. B. ein Lehrer/eine Lehrerin in der Klasse sagt: „Meldet euch nicht alle auf einmal“, hat er/sie seine/ihre Emotionen auf ironische Art (das Gefühl/die Vermutung, dass die Schüler nicht vorbereitet sind oder dass sie nicht aufpassen) zum Ausdruck gebracht. Eine figurative Sprache weckt dabei Gefühle und mentale Bilder, von denen das Verständnis der ganzen kommunikativen Situation abhängig ist.

Bevor wir in diesem Artikel unsere Aufmerksamkeit dem Verhältnis zwischen Emotionen und Medien widmen, halten wir es für sinnvoll, zuerst den Begriff Emotion(en) einzugrenzen und seine biologische Grundlage zu umreißen.

Laut DUDEN (2008) bedeuten Emotionen eine psychische Erregung, Gemütsbewegung; Gefühl oder Gefühlsregung. Die englisch geschriebene Literatur (WEBSTER, 2006)¹ definiert Emotionen folgendermaßen: „*An emotion is a mental and physiological state associated with a wide variety of feelings, thoughts, and behaviours. It is a prime determinant of the sense of subjective well-being and appears to play a central role in many human activities. As a result of this generality, the subject has been explored in many, if not all of the human sciences and art forms. There is much controversy concerning how emotions are defined and classified*“.

Psychologisch betrachtet definieren ČÁP und MAREŠ Emotionen folgendermaßen: „*Emoce jsou psychické procesy, které hodnotí – z hlediska potřeb, cílů a osobního významu – různé skutečnosti, situace a události, průběh a výsledky činnosti jedince.*“² (ČÁP, MAREŠ, 2001, 98).

Emotionen stellen also die treibende Kraft menschlichen Handelns dar, sie unterstreichen oft oder spiegeln den gesamten psychischen Zustand des Individuums wider und sind ein Faktor, der in bedeutendem Maße das Handeln und Verhalten eines Menschen beeinflusst.

Laut SOUČEK (SOUČEK in ZVOLSKÝ: 2003) sind dann aus der Perspektive der Psychiatrie Emotionen eine unabdingbare Komponente psychischer Prozesse, sie sind ein Komplex psychischer und physiologischer Phänomene, der in sich die Reaktion eines Individuums auf eine Situation widerspiegelt. Emotionen gehören nach Souček zu den bedeutenden Steuerungs- und Regulationsmechanismen eines Menschen, sie steuern Aktivitäten des Individuums bei der Befriedigung seiner biologischen und gesellschaftlichen Bedürfnisse. Sie nehmen an der Bewertung der äußeren Situation und an allen Formen der persönlichen Einstellung und des Verhaltens teil.

Emotionen stellen also ein komplexes und zugleich auch kompliziertes System dar, das in sich physiologische Funktionen, expressives Verhalten und subjektive Erfahrungen einschließt, wobei die Grundlage jeder dieser Komponenten in der Aktivität des Gehirns oder des Nervensystems zu finden ist.

Heutzutage bilden Emotionen den Fokus nicht nur für das relativ junge Fach der affektiven Neurowissenschaften oder für die Psychologie, sondern sie sind mittlerweile auch für die Sprachwissenschaft von Interesse.

¹ <http://www.websters-online-dictionary.org/definition/emotion>

² Emotionen sind psychische Prozesse, die – ausgehend von den Bedürfnissen, den Zielen und der pers. Bedeutung – verschiedene Tatsachen, Situationen und Ereignisse, Abläufe und Ergebnisse der Tätigkeit eines Individuums bewerten (übersetzt vom Autor).

Die menschliche Seite der Emotionen besteht aus mehreren Komponenten: konkreter zum Ersten aus der affektiven, wobei es sich um das eigene emotionale Erlebnis handelt; zum Zweiten aus der kognitiven, d. h. aus dem im Bewusstsein entstehenden Gefühl; und zum Dritten aus der konativen Komponente, also dem Zwang zu einem bestimmten Verhaltensmuster. Es kann sich dabei um ein Annäherungsverhalten (*appetitives Verhalten*) oder um ein Fluchtverhalten (*aversives Verhalten*) handeln. Die „physische Seite“ der Emotionen schließt zugleich Veränderungen in der Aktivität der Innenorgane oder der Muskulatur ein.

Klassifizierung der Emotionen

Bereits CHARLES DARWIN hat versucht die Grundemotionen zu klassifizieren, die unsere Stimmung beeinflussen. Es handelte sich um folgende sechs: *Freude, Überraschung, Traurigkeit, Angst, Ekel* und *Zorn*. Über hundert Jahre später erweitert PAUL EKMAN (1999) diese darwinsche Klassifikation um zehn weitere auf sechzehn: *Vergnügen, Verachtung, Zufriedenheit, Verlegenheit, Stimulation, Schuldgefühl, Stolz, Genugtuung, Sinnenlust* und *Scham*.

Diese Basisemotionen, wenn es sie gibt, sollten auch durch gemeinsame Züge verfügen. LELORD u. ANDRÉ (2010: 24) listen in ihrem Buch acht Kriterien auf, nach denen man eine Basisemotion erkennen kann:

- Sie muss abrupt einsetzen.
- Sie muss von kurzer Dauer sein.
- Sie muss sich von anderen Emotionen unterscheiden.
- Sie muss schon bei Babys vorkommen.
- Sie muss in einer für sie typischen Weise auf den Körper wirken.
- Es muss auf der ganzen Welt einen typischen Gesichtsausdruck für die betreffende Emotion geben.
- Sie muss von universellen Lebenssituationen ausgelöst werden.
- Sie muss auch bei unseren nächsten Verwandten im Tierreich zu beobachten sein.

Grob gesagt können wir weiter Emotionen in positive und negative einteilen. Positive Emotionen wecken in einem Menschen u. a. das Gefühl des Glücks, negative u. a. das Gefühl der Traurigkeit etc.

Nach SOUČEK (SOUČEK in ZVOLSKÝ: 2003) können wir die Emotionen noch präziser klassifizieren:

1. nach dem Prinzip ihrer grundlegenden Orientierung in
 - a) positive, angenehme (*Freude, Liebe*) – negative, unangenehme (*Tribsal, Hass*),

- b) sthenische, mobilisierende (*Wut*) – asthenische, nicht mobilisierende (*Traurigkeit*),
- 2. nach dem Grad der Intensität und nach dem Prinzip des zeitlichen Ablaufs
 - a) emotioneller Charakter der Empfindungen und Wahrnehmungen (*Gefühle des Behagens und des Unbehagens*)
 - b) Affekte (*kurzfristige, rasante emotionale Reaktionen*)
 - c) Launen (*protrahierte emotionelle Zustände unterschiedlicher Intensität*)
 - d) Gefühle und höhere Emotionen (*dauerhafte emotionelle Beziehungen*)
- 3. der Hierarchie nach
 - a) niedrigere (*hängen mit der Befriedigung elementarer Bedürfnisse zusammen*)
 - b) höhere (*gesellschaftlich determinierte, typisch menschliche, d. h. intellektuelle, ästhetische und moralische Gefühle*).

Noch genauer klassifiziert Emotionen MEES et al (1992), und zwar nach dem Prinzip eines gemeinsamen konstitutiven Merkmals und nach dem Ausmaß der Intensität, die mit den unterschiedlichen Emotionen ausgedrückt wird (siehe die Tabelle 1). Dabei unterscheidet MEES drei Hauptzweige, die den drei unterschiedlichen Arten der Weltauffassung entsprechen, wobei die Spezifikation eines Emotionstyps aus zwei Komponenten besteht

- a) aus der Art der Bewertungsreaktion und
- b) aus dem intentionalen Objekt der Bewertung.

Menschliche Emotionen stehen darüber hinaus in einer engen Beziehung zur Motivation. Emotionen können zu einer Tätigkeit anregen und motivieren, oder sie können den Ablauf einer Tätigkeit, die Befriedigung oder Nichtbefriedigung der Bedürfnisse, das Erreichen eines oder das Scheitern an einem Ziel begleiten.

Dass auch Emotionen, als eine Art verstärkter Gefühle, wie andere mentale Prozesse im Gehirn entstehen und eben von diesem Organ verarbeitet werden, ist mittlerweile unumstritten. Wie eine wichtige Erkenntnis der affektiven Neurowissenschaft zeigt, kann keine Art eines komplexen Verhaltens, wie es auch bei den Emotionen der Fall ist, nicht nur einem einzigen Gehirnareal zugewiesen werden. Ganz im Gegenteil beansprucht die Verarbeitung von Emotionen eine Zusammenarbeit mehrerer Hirnregionen zugleich. Im Falle der Emotionen können wir von ähnlichen Hypothesen ausgehen wie bei der Sprache, nämlich, dass in beiden Fällen nicht von einem einzigen „Zentrum“ für ihre Verarbeitung die Rede sein kann.

Eine ganz wichtige Rolle spielt bei der Verarbeitung der Emotionen das limbische System, einer der älteren Teile des Gehirns, der sich ganz tief in seiner Mitte befindet. Um dieses System herum hat sich im Laufe der Evolution der neuere Teil des Gehirns entwickelt, der sog. Neokortex. Zu den grundlegenden

Strukturen des limbischen Systems zählen weiter der Hippocampus und die Amygdala. Letztere spielt eine wesentliche Rolle für einige Arten von negativen Emotionen, wie z. B. Angst, Wut usw. Der Hippocampus ist von besonderer Bedeutung für die Auswertung des Inhalts einzelner Ereignisse und Erlebnisse. Er liefert uns Informationen zum Kontext und hilft uns, emotionale Reaktionen zu regulieren, damit sie dem Kontext angemessen sind. Die Strukturen des limbischen Systems sind weitreichend auch mit kortikalen und subkortikalen Arealen verbunden. Zum limbischen System gehört ebenfalls der Hypothalamus, der das wichtigste Steuerzentrum des vegetativen Nervensystems darstellt (Herzfrequenz, Atem, endokrines System). Aus diesem Grunde hängt eine Reihe dieser Funktionen direkt mit emotionalen Reaktionen zusammen.

In Hinsicht auf die Emotionen spielen die Frontallappen, also die vorderen Teile der Hirnrinde, in denen es zur Regulation unserer Emotionen kommt, eine wichtige Rolle. Teile der Frontal- und Temporallappen gewährleisten die Kontrolle über unser emotionales Verhalten.

Hirnareale, die in der Anfangsphase der Emotionsaktivierung tätig sind, unterscheiden sich von jenen, die für ihre Regulation zuständig sind. Unter normalen Umständen werden alle Hirnareale, die Emotionen initiieren und regulieren, gleichzeitig aktiviert, d. h. sobald eine Emotion hervorgerufen wird, werden zugleich auch alle Mechanismen ausgelöst, die sich an der Regulation der Emotion(en) beteiligen. Es ist immer noch nicht klar, wie genau die Emotionsverarbeitung neurophysiologisch abläuft. Man vermutet jedoch, dass alle sensorischen Informationen, die zuerst in kortikale Gebiete gelangen, in das limbische System weitergeleitet werden, wo sie ihren affektiven oder konativen Charakter erhalten. Aus dem limbischen System dringen die Informationen dann weiter in den Hypothalamus, wo der Organismus eine entsprechende Reaktion auslöst. Aus dem Hypothalamus wird das Signal zurück in die kortikalen Areale geleitet, die das gegebene Gefühl bewusst machen. Im Neokortex kommt es anschließend zur Ausarbeitung eines Plans für eine passende somatomotorische Reaktion (eine Verhaltensweise), die danach vom Körper ausgeführt wird.

Emotionen können positiver oder negativer, destruktiver Natur sein. Aus eigener Erfahrung wissen wir, dass wir uns durch positive Gefühle (Sympathien), die wir für etwas oder jemanden empfinden, zu diesem Objekt oder Menschen angezogen fühlen, demgegenüber veranlassen uns negative Gefühle, einem Objekt oder Menschen auszuweichen. Negative Gefühle, z. B. Angst, Trauer, Zorn u. a. stellen unsere erste Verteidigungslinie gegen äußere Gefahren dar und bewegen uns dazu, eine Kampfposition einzunehmen. Auf der anderen Seite wirken positive Gefühle wie Liebe, Freude, Begeisterung ganz anders auf unseren Organismus.

FREDERICKSON (2003) ist der Meinung, dass positive Emotionen für die menschliche Evolution von großer Bedeutung sind. Sie erweitern unsere dauer-

haften intellektuellen, körperlichen und sozialen Quellen und bilden Reserven, auf die wir zurückgreifen können, wenn es nötig ist. Positive Emotionen sind mit einem breiteren Repertoire des Denkens und Verhaltens verbunden. Leute, die sich wohl fühlen, sind kreativer, integrativer, anpassungsfähiger und offener für die Aufnahme neuer Informationen.

Emotionen spiegeln sich nicht nur im Benehmen des Menschen wider, sondern auch in seinem sprachlichen Verhalten. Hiermit meinen wir, dass Emotionen auch in der Sprache eines Menschen zum Ausdruck kommen, z. B. in Form einer figurativen Sprache, als Ironie, Metapher, Idiome usw. Wie wir wissen, wird die Sprache vorwiegend in der linken Hirnhemisphäre, die sprachdominant ist, verarbeitet. Genau hier befinden sich nämlich die beiden, bereits im 19. Jahrhundert beschriebenen Sprachareale (Broca- und Wernicke-Areal, siehe Abb. 1), die für die Sprachverarbeitung von besonderer Bedeutung sind.

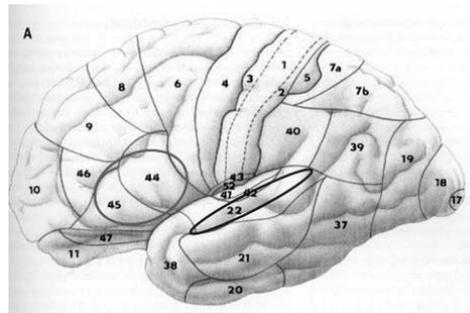


Abb. 1. Hirnareale nach BRODMANN: Broca-Areal 44 u 45 (rot), Wernicke-Areal 22 (blau) (ČIHÁK, 2004, s. 377, bearbeitet vom Autor)³

In Bezug auf Emotionen und emotionale Aspekte der Sprache ist es wichtig, dass sich nicht nur die linke, sondern auch die rechte Hemisphäre an der Sprachverarbeitung beteiligt. Die rechte Hemisphäre ist primär für eine räumliche und visuelle Verarbeitung zuständig und eben eine solche Art der Verarbeitung fördern auch Metaphern, Ironie oder allgemein eine figurative Sprache. Diese figurative Sprache steht in einem engen Zusammenhang mit Emotionen und Emotionalität⁴, denn wenn bei einem Menschen Emotionen geweckt werden, kommen oft eben diese rhetorischen Mittel zum Ausdruck.

Unser Gehirn muss demnach zwischen einer wörtlich gemeinten und figurativen Sprache, also einer in übertragenen Bedeutungen formulierten Sprache, unterscheiden. Eine wichtige Rolle spielt bei der richtigen Verarbeitung der

³ ČIHÁK, R. *Anatomie 3*. Praha: Grada, 2004.

⁴ Unter Emotionalität verstehen wir charakteristische Inhalte und Verlaufsqualitäten der Gefühle eines Menschen, wie z. B. Freude, Trauer, Wut, Mitleid, Scham, Schuld usw.

Sprache der sog. Corpus callosum (Balken), ein starkes Bündel von Nervenfasern, das die beiden Hemisphären verbindet und für den Informationsaustausch zwischen den beiden Hirnhälften sorgt. Darüber hinaus beansprucht die figurative Sprache (idiomatische Wendungen, Metaphern, Ironie usw.) das Gehirn in einem höheren Maße, als es bei der wörtlichen der Fall ist. Z. B. sind deshalb Aphasiker oder Leute mit Schädigungen in der rechten Hirnhemisphäre nicht imstande, bildhafte oder ironische Ausdrücke zu verstehen und/oder sie selber zu produzieren. Das heißt also, dass die Fähigkeit, übertragene Bedeutungen und Zusammenhänge verstehen und bilden zu können, von der engen Zusammenarbeit zwischen den beiden Hirnhemisphären abhängt. Es steht außer Frage, dass die Emotionen zu den neuronalen Dispositionen eines Menschen zu rechnen sind.

Emotionen und Medien

Wie bereits erwähnt, stehen Emotionen und Emotionalität im Vordergrund des Interesses von verschiedenen wissenschaftlichen Bereichen. Überraschenderweise immer noch nicht vollkommen erforscht ist die Rolle der modernen Medien im Zusammenhang mit der eigenen Produktion und Rezeption von den Gefühlen eines Menschen. Gerade Medien wird in den öffentlichen Diskussionen oft vorgeworfen, sie seien dafür verantwortlich, dass sie bei ihren Lesern oder Zuschauern bestimmte Emotionen hervorrufen. Es gehört nämlich zum Wesen der Medien, dass sie nicht nur Informationen vermitteln, sondern auch menschliche Gefühle auf eine gewisse Art und Weise modifizieren. Die o.g. Diskussionen führt man v. a. im Hinblick auf die Genese von Gewalt.

Das Wort Medium stellt jedoch einen polysemantischen Begriff dar, denn es kann im Prinzip alles zu Medien gezählt werden, angefangen mit Printmedien über Fernsehen bis zum Internet hin. Ein wichtiger Faktor, der bei den Medien heutzutage zur Geltung kommt, ist die in der Fachdiskussion oft erwähnte Multimedialität. Bei der geht es darum, dass Medien ihre Rezipienten nicht nur durch einen Text informieren, sondern dass einen Informationswert auch andere Mittel wie z.B. Graphiken, Bilder, Ton- und Videoaufnahmen haben. Die Multimedialität verknüpft in sich also unterschiedliche Äußerungsformen aller Art. Die Multimedialität kann man noch genauer auf zwei Ebenen unterscheiden. Auf einer Seite handelt es sich um die Ebene der Zeichensysteme, wie Wort, Bild, Ton usw., auf der anderen um die Ebene unterschiedlicher Disziplinen, wie Literatur, Theater, bildende Kunst etc. und ihre Kombinationen, wie z.B. das Theater, das in sich alle anderen Medien aufnehmen kann. Für diesen Artikel, der sich mit den Emotionen und deren Beziehungen zu Medien befasst, ist jedoch die erste Ebene relevant, die Ebene der Zeichensysteme, wo es sich

um die Kombination von Wörtern, Bildern und oder Tönen handelt. Es ist nämlich nicht zu bestreiten, dass die meisten Texte, denen wir alltäglich begegnen, auf unterschiedliche und vielfältige Weise durch ihre Form auf sich aufmerksam machen. Handle es sich um die bereits erwähnte figurative Sprache, um Wortspiele, Mehrdeutigkeiten der Äußerungen, weiter um die Bildlichkeit der Sprache oder um typografische Mittel wie z.B. Farben. Geschickt eingebaute Bilder, idiomatische Ausdrücke oder Metaphern können nämlich auch für einen Text durchaus bereichernd sein. Als Konsequenz dessen, dass die Bildlichkeit in unserem Leben ständig zunimmt und das Leben durch moderne Medien wie Internet, Video, Film, Fernsehen usw. immer mehr anschaulich gemacht wird, werden wir als Konsumenten gezwungen die Realität anders zu beurteilen, als es früher der Fall war. Als Konsumenten müssen wir nämlich im Stande sein, zwischen differenten Wahrnehmungsarten und -weisen „zappen“ zu können. Zu beobachten ist auch eine gewisse Tendenz des Übergangs von diskursiven zu repräsentativen semiotischen Systemen, d.h. von der verbalen Sprache zum Bild. Bilder dienen in der heutigen Zeit einfach immer mehr als Ergänzung der Kommunikation. Und eben dessen sind sich die Medien von heute sehr gut bewusst und bringen es ins Spiel.

Oben wurde bereits gesagt, dass wir als Menschen sowohl positive, als auch negative Emotionen erleben können, die unser Denken und Handeln beeinflussen. Von dieser Erkenntnis gehen auch die Medien aus, die mit unseren Emotionen arbeiten und sie zu steuern versuchen, denn die Emotionen in den Medien als Gestaltungsmittel eine wichtige Rolle spielen. Sei es, dass sie Rührung hervorrufen oder über die Freude über den eigenen Erfolg oder jenen einer anderen Person, oder dass sie mit Faszination spielen, indem sie über Verblüffendes berichten: Emotionen sind für die Medien immer der direkteste und kürzeste Weg zu den Herzen der Leser oder Zuschauer. Dabei sind jedoch die „realen“ Emotionen von den „medialen“ zu unterscheiden.

Medien benutzen unsere Wahrnehmung, unser Denken und unser Sichverständigen als ihr grundlegendes Instrument. Das Ziel der Medien ist, mit Hilfe von Wörtern und Wendungen solche Emotionen bei uns zu wecken, die uns anschließend zu anderen Reaktionen und Aktivitäten anregen, auch wenn die Aktivität nur der Kauf der Zeitung am nächsten Morgen oder das Anschalten des Fernsehers sein sollte. Wörter oder Schlagwörter, die in medialen Texten präsentiert werden, verfügen jedoch nicht nur über die Macht, bei uns Emotionen zu wecken, sondern auch, unsere Einstellungen zu beeinflussen. Das Spektrum an Emotionen, die in den Medien zum Ausdruck kommen, reicht von Angst, Hass, Wut und Ekel über Sentimentalität, Liebe bis hin zu Trauer und Euphorie.

Darüber hinaus können Medien die Kenntnisse über Gesetzmäßigkeiten des Kommunikationsprozesses und elementare Mittel dazu ausnutzen, ihre Leser, Hörer oder Zuschauer durch geschürte Emotionen zu bestimmten Handlungen

zu bringen, und zwar sowohl im gesellschaftlich nutzbringenden Sinne des Wortes, als auch umgekehrt, indem sie sie manipulieren.

Alle, die sich an der Gestaltung medialer Inhalte beteiligen, zu denen am Anfang die Hauptakteure des Geschehens selbst gehören, wie zum Beispiel Schauspieler, Sänger, Sportler oder Politiker, weiter Medienberater, Journalisten, Paparazzi bis hin zu Chefredakteuren, Editoren oder Herausgebern, sind sich dieser Gesetzmäßigkeiten sehr gut bewusst und nutzen sie so, damit ihre Mitteilung genau die Wirkung hat, die sie erreichen wollen. Im Vordergrund steht immer die Zielgruppe, für die die Mitteilung bestimmt ist, als auch der Kontext, in den man sie einbettet. Im Einklang damit wählen sie dann konkrete Mittel. Da der mediale Raum relativ begrenzt ist, wählen die Medien, um die Gesamtwirkung zu steigern, verschiedene Stichwörter, Headlines, Wortspiele, Zweideutigkeiten, sie arbeiten mit Ironie, Metapher, emotiven Fotos etc. – alles mit dem Ziel, die Aufmerksamkeit des Lesers/Zuschauers, wenn auch nur für ein paar Sekunden, zu fesseln. Bereits beim Lesen einer Headline, die den Umfang von ca. fünf Wörtern haben sollte, muss der Leser aufgeregt oder überrascht sein, er muss das Gefühl haben, dass er Zeuge von etwas Außergewöhnlichem ist, dem er seine Aufmerksamkeit widmen soll. Dabei müssen dabei seine Emotionen genau richtig angesprochen werden. Es ist deshalb kein Wunder, dass oft erfahrene Journalisten mit langjähriger Praxis mit dem Verfassen von Headlines beauftragt werden.

Emotionen sind für die Medien die besten Informationsträger. Wenn wir das Gefühl haben, dass dies nur die Boulevardpresse betrifft, die mit ihren schreienden und Aufmerksamkeit erregenden Headlines, mit ihrer erhöhten Frequenz von Interjektionen oder expressiven Ausdrücken bzw. mit ihren „Tiergeschichten“ oder „Kindergeschichten“ zum Schluss jeder Sendung unsere Emotionen stärker weckt als die sog. seriösen Medien, dann irren wir uns. Ohne auf die Emotionen ihrer Zielgruppe abzielen, könnte nicht einmal die Süddeutsche Zeitung oder der ZDF.

Die Medien können wir generell in zwei Gruppen einteilen, und zwar in die Gruppe der sog. „heißen“ und der „kühlen“ Medien (vgl. MCLUHAN, 1991)

Die heißen Medien wirken intensiv auf die Emotionen eines Menschen, meistens auf mehrere Sinne parallel. Eine Rolle spielt nicht nur das gesprochene Wort und das Bild, sondern auch die wirkungsvolle Musik oder der Ton. Zu den heißen Medien gehören v. a. Fernsehen, Rundfunk und Film.

Kühle Medien bringen dem Rezipienten mehr Informationen, sie können aufbewahrt werden und das Tempo der Informationsrezeption wählt der Rezipient selber. Hierzu gehören v. a. die sog. Printmedien, wie Zeitungen, Zeitschriften, aber auch Billboards, Prospekte, Werbungen etc.

Abgesehen von dieser Einteilung spielen heutzutage eine besondere Rolle die elektronischen Medien, die Schritt für Schritt vor allem die kühlen Medien verdrängen. Zu dieser Art gehört neben dem Fernsehen und Rundfunk hauptsächlich das Internet.

Die Gefahr der Medien

Wie schon oben angedeutet wurde, besteht besonders bei vielen Printmedien, jedoch nicht nur bei ihnen, die höchste Gefahr im absichtlichen Verdrehen der Fakten, manchmal handelt es sich um reine Erfindungen, die nicht der Wahrheit entsprechen. Die ist besonders für Boulevardzeitungen oder -zeitschriften typisch. Mit ihrer Gestaltung versuchen sie bei den Lesern Emotionen und Gefühle zu wecken, ihre Neugier zu steigern, was im Endeffekt dazu führt, dass ihre Auflage steigt und die Zeitung oder Zeitschrift mehr Geld verdient. Als Beispiel können wir folgende Schlagzeilen nennen „*Hartz-Vier Sauerei. Noch nie wurde so viel geschummelt und getrickst.*“ (Bild, 11. 04. 2012) oder „*Konec světa. Roste další superkryt, víme kde a kolik bude stát.*“ (Blesk, 01. 07. 2013) Auf der anderen Seite können die Verdrehung der Realität und das Hervorrufen von oft negativen Emotionen einen Teil der Population beeinflussen, vor allem Kinder oder Jugendliche.

Etwas Ähnliches gilt auch für das Fernsehen oder andere Arten von Medien. Bedenken wir, wie viel Gewalttätigkeit als Selbstzweck, wie viel Todesfälle, wie viel Aufnahmen, die die Menschenwürde verletzen, wie viel Aggression bestimmten sozialen, religiösen oder ethnischen Gruppen gegenüber oder wie viel vulgäre Ausdrücke wir rezipieren (müssen), wenn wir den Fernseher einschalten. Alle diese Inhalte beeinflussen (häufiger negativ als positiv) unsere emotionale Verarbeitung, bei manchen Menschen auch ihr späteres Verhalten und Handeln. Nicht zu vergessen ist auch die Werbung, die uns alltäglich umringt und auf uns als Konsumenten einen relativ großen Einfluss ausübt, nicht selten einen negativen, wie es der Fall v.a. bei Kindern oder einfach beeinflussbaren Menschen ist. Oft handelt es sich dabei jedoch um Tricks, wie z.B. der Fall bei den folgenden Sprüchen ist: „*Ich bin doch nicht blöd. Blöd ist der, wer mehr zahlt*“ (Quelle: Media Markt Deutschland)⁵, „*Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso*“ (Quelle: Haribo)⁶ oder „*Red Bull verleiht Flügel, belebt Geist und Körper*“ (Quelle: Red Bull)⁷, denn im Grunde genommen geht es nicht um ein Ersparnis oder vielleicht um gesunde Ernährung, wie man erwarten würde, ganz im Gegenteil.

5 http://www.google.de/imgres?imgurl=http://cdn2.spiegel.de/images/image-42641-galleriyV9-bcsI.jpg&imgrefurl=http://www.spiegel.de/fotostrecke/billig-will-ich-wie-discounter-und-ketten-uns-veraendern-fotostrecke-49965-2.html&h=601&w=850&sz=64&tbnid=uJuG862BAwaR7M:&tbnh=85&tbnw=120&prev=/search%3Fq%3Dich%2Bbin%2Bdoch%2Bnicht%2Bbl%25C3%25B6d%26tm%3Disch%26tbo%3Du&zoom=1&q=ich+bin+doch+nicht+bl%25C3%B6d&usg=__dDmUCbeh0a0iRdsn_JgquuKj22M=&docid=GQ9Xv_7Fm-TUoQM&sa=X&ei=gknPUZnVBGF4ATTpoGIBw&ved=0CEsQ9QEwAQ&dur=1712

6 <http://www.haribo.com/deDE/startseite.html>

7 <http://www.youtube.com/watch?v=cnVP7dYh-8o>

Es handelt sich um keine Einzelfälle, wenn Psychologen oder Erziehungswissenschaftler vor solchen medialen Texten, Fernsehen und immer mehr vor Internet (und auch sozialen Netzwerken) warnen, in denen Tod und Grausamkeit die Hauptrolle spielen. Diese Abflachung der Emotionen eines Menschen, im höheren Maße eines Kindes oder Jugendlichen, kann zur Steigerung seines Aggressionspotenzials führen. Aufgrund des mehr oder weniger ständigen, negativen Einflusses, den mediale Texte auf ein Individuum ausüben, kommt es bei ihm zu einer unzureichenden Entwicklung seiner Emotionen, sein Wahrnehmungsvermögen wird einseitig geprägt, so dass dieser Mensch im realen Leben schließlich oft nicht im Stande ist zu unterscheiden, ob es sich um eine Fiktion, um ein virtuelles oder um ein wirkliches Leben handelt. Eine Rolle spielen darüber hinaus natürlich auch andere Faktoren, wie Erziehung, Schule, Reflexion usw. Die Entwicklung der Persönlichkeit kann darum durch die Medien gravierend beeinträchtigt werden. Medien können die Interessen von Menschen, Muster, die sie imitieren, ihre Verhaltensweisen, Wertesysteme, Ansichten und Meinungen beeinflussen. Eine Steigerungsform der Beeinflussung menschlicher Emotionen durch Medien können Internetversionen von Sendern sein, bei denen die Informationen sozusagen „ohne Verpackung“ angeboten werden, also ungefiltert, ungekürzt und in ihrer unmittelbarsten und damit gegebenenfalls auch grausamsten Form, in der sie im Fernsehen nicht ausgestrahlt würden (z. B. Aufnahmen von Autounfällen, Umweltkatastrophen etc.)

Eine unzureichende emotionale Entwicklung kann schließlich insbesondere bei jungen Menschen zu schwerwiegenden Verhaltensstörungen führen.

Schluss:

Die emotionalen Prozesse sind neben kognitiven und motivationalen Prozessen ein besonderer Aspekt des Erlebens und Verhaltens bzw. der psychischen Verarbeitung von Wahrnehmungen und Empfindungen. Alle emotionalen Prozesse können nur durch ihren Bezug zur konkreten Situation verstanden werden, in der sie auftreten.

In diesem Beitrag haben wir versucht, sowohl das Wesen der Emotionen und ihre neuronale Grundlage zu verdeutlichen, als auch zu erläutern, wie Emotionen in unserem Alltagsleben erscheinen, inwieweit sie uns beeinflussen und sich beeinflussen lassen.

Dieser Beitrag entstand im Rahmen des Forschungsprojektes GA ČR 405/09/0718.

Literaturverzeichnis:

- ČÁP, J., MAREŠ, J. (2001): *Psychologie pro učitele*. Praha: Portál.
- ČIHÁK, R. (2004): *Anatomie 3*. Praha, Grada.
- DUDEN Office-Bibliothek, Version 5.0.3.0. (2008), Bibliographisches Institut, F.A. Brockhaus AG.
- EKMAN, P. (1999): Basic Emotion. In: DALGLEISH, T.; POWER, M.J. (Hg.): *Handbook of Cognition and Emotion*. New York: John Wiley.
- FREDERICKSON, B. (2003): The value of positive emotions: The emerging science of positive psychology is coming to understand why it is good to feel good. In: *American Scientist*, 91, S. 330–335
- KAFKA, F. (1958): *Brief an Oskar Pollak*. In: Briefe 1902–1024, Hrsg. Max Brod. S. Fischer Frankfurt/Main. S. 27.
- LELORD, F. – ANDRÉ, Ch. (2010): *Die Macht der Emotionen*. München: Piper Verlag.
- MC LUHAN, M. (1991): *Jak rozumět médiim*. Praha: Odeon.
- MEES, U. (1991): *Die Struktur der Emotionen*. Göttingen: Verlag für Psychologie Dr. C. J. Hogrefe.
- MEES, U. (Hg.) (1992): *Psychologie des Ärgers*. Göttingen: Verlag für Psychologie Dr. C. J. Hogrefe.
- ORTONY, A.; CLORE, G. L.; COLLINS, A. (1988): *The cognitive structure of emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ZVOLSKÝ, P. et al. (2003): *Obecná psychiatrie*. Praha: Karolinum.

Internetquellen:

- http://www.google.de/imgres?imgurl=http://cdn2.spiegel.de/images/image-42641-galleryV9-bcsl.jpg&imgrefurl=http://www.spiegel.de/fotostrecke/billig-will-ich-wie-discounter-und-ketten-uns-veraendern-fotostrecke-49965-2.html&h=601&w=850&sz=64&tbnid=uJuG862BAwaR7M:&tbnh=85&tbnw=120&prev=/search%3Fq%3Dich%2Bbin%2Bdoch%2Bnicht%2Bbl%25C3%25B6d%26tm%3Disch%26to%3Du&zoom=1&q=ich+bin+doch+nicht+bl%3%B6d&usg=__dDmUCbeh0a0iRdsn_JgquuKj22M=&docid=GQ9Xv_7FmTUoQM&sa=X&ei=gknPUZnVBeGF4ATTpoGIBw&ved=0CEsQ9QEwAQ&dur=1712 (Stand: 01.07.2013)
- <http://www.haribo.com/deDE/startseite.html> (Stand: 01. 07. 2013)
- <http://www.bild.de> (Stand: 01. 07. 2013)
- <http://www.blesk.cz> (Stand: 01. 07. 2013)
- <http://www.youtube.com/watch?v=cnVP7dYh-8o> (Stand: 01. 07. 2013)
- <http://www.websters-online-dictionary.org/definition/emotion>

PhDr. Martin Lachout, Ph.D.
Katedra germanistiky
Filozofická fakulta UJEP
České mládeže 8
400 96 Ústí nad Labem

