# Fühlen, Denken, Handeln

## Tagung der FSF und FSM am 23. September 2009 in Berlin

**Medien können starke Emotionen auslösen und damit unsere Persönlichkeit beeinflussen. Von der Medienpsychologie wurden sie allerdings lange Zeit vernachlässigt. Am 23. September 2009 ging daher eine Tagung der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) in den Berliner Räumen der Bertelsmannstiftung der Frage nach, wie Medien Emotionen auslösen und welche Strategien Mediennutzer im Umgang mit den eigenen Gefühlen haben.**

Dr. Frank Schwab

Dass Emotionen so etwas wie die Dirigenten unseres Handelns darstellen, machte Dr. Frank Schwab von der Universität des Saarlandes in seinem einführenden Vortrag deutlich. Gefühle sind zentrale Bestandteile unserer geistigen Architektur, sie erlauben eine schnelle Bewertung von Ereignissen, lenken unsere Aufmerksamkeit und können starke körperliche Reaktionen auslösen: Unser Herz rast, die Hände werden nass. Emotionen, so stellte Schwab dar, sind damit sowohl von starken und überwältigenden Affekten als auch von Stimmungen zu unterscheiden, die ohne spezifische Reize aufkommen und eher so etwas wie Hintergrundemotionen darstellen. Dass Emotionen komplexe mentale Ereignisse sind, zeigt sich schon daran, dass ihnen kognitive, neurophysiologische, motivationale und ausdrucksseitige Komponenten zukommen. Jeder emotionale Zustand ist dabei, so Schwab in Anlehnung an das „Stimulus-Evaluations-Check-Modell" des Genfer Emotionspsychologen Klaus Scherer, das Resultat eines zunehmend komplexer werdenden Bewertungsvorgangs. In dessen Verlauf wird geprüft, ob Reize neu, angenehm, zielfördernd, zu bewältigen und normkonform sind – oder eben nicht. Vor allem auch Medien beeinflussen, so Schwab, unseren alltäglichen Umgang mit Gefühlen. Dies geschieht, wenn wir etwa im Kino lernen, wie wir uns als romantischer Liebhaber zu verhalten haben. Medial beeinflusste Emotionen können daher zu anderen, neuen Bewertungen und damit wiederum zu anderen Emotionen führen. Das bedeutet jedoch, wie Schwab darlegte, dass Medien eine massive Auswirkung auf die Persönlichkeitsentwicklung von Jugendlichen haben können.

Nicht nur Medien oder andere Außenreize lösen somit Gefühle aus, auch Gefühle selbst werden ihrerseits durch Gefühle bewertet. Das ist in der Psychologie Konsens. Weniger unumstritten ist das Konzept der sogenannten Metaemotionen, das Emotionen über Emotionen eine eigene

Kategorie zuweist. Eine der exponiertesten Vertreterinnen dieses Ansatzes ist Dr. Anne Bartsch von der Martin-Luther-Universität Halle. In ihrem Vortrag skizzierte sie zunächst Emotionen, die durch Emotionen ausgelöst werden. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn man sich für seine Angst schämt oder es einem peinlich ist, wenn man über einen „unanständigen" Witz gelacht hat. Medien, so Bartsch, leiten den Mediennutzer durch Symbole und andere Hinweise an, die erlebten Gefühle „richtig" zu werten, also etwa eine dargestellte Trauer als angenehm zu empfinden und nicht etwa selbst zu trauern. Doch gerade die von Bartsch gezeigten Beispiele – eine Szene aus David Finchers *Fight Club* und das Video zu Madonnas *Frozen* – verdeutlichten zwar eindrucksvoll, wie filmisch Gefühle auch durch andere Gefühle generiert werden, warum diese Emotionen jedoch unter den Begriff der Metaemotionen gefasst werden müssen, wurde dabei nicht zweifelsfrei geklärt.

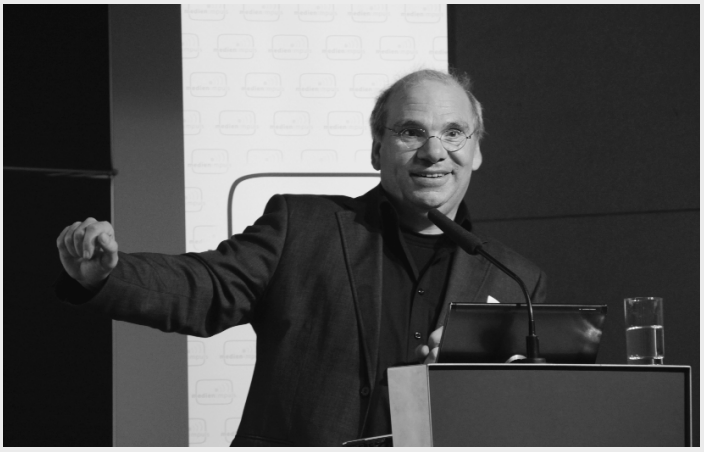
Eine nicht zu unterschätzende Funktion für die Erzeugung von Gefühlen spielt die Musik, insbesondere im Kino. Prof. Clemens Schwender von der Universität für Management und Kommunikation in Potsdam veranschaulichte in seinem eindringlichen Vortrag, wie es Musik gelingt, innere Bilder beim Betrachter zu erzeugen, Bewegungen darzustellen oder das emotionale Innenleben einer Figur zu veranschaulichen. So zeigte Schwender am Notenbeispiel von *Der weiße Hai* (Musik: John Williams) eindrucksvoll, wie die Bewegung des Hais sich schon in der musikalischen Notation abbildet. Vor allem aber hilft Musik, Filme räumlich und zeitlich einzuordnen, sie erleichtert dem Zuschauer so das Einleben in den jeweiligen Handlungskontext. Klassische Beispiele für eine solch räumliche und zeitliche Verortung sind die Filmmusiken von *Der dritte Mann*, *Doktor Schiwago* oder dem von Schwender exemplarisch eingespielten *Maigret*.

In der abschließenden Diskussion betonten die Experten mit Blick auf den Jugendmedienschutz, dass Kinder emotional anders erleben als Erwachsene. Die anspruchsvolle Aufgabe der Gutachter des Jugendschutzes besteht daher darin, von den eigenen Gefühlen und deren Bewertung zu abstrahieren. Anschauliche Beispiele hierfür lieferte Claudia Mikat, Hauptamtliche Vorsitzende der Prüfausschüsse der FSF, anhand einer Reihe von Einspielungen aus der jüngsten Prüfpraxis. In einem der vorgeführten Beispiele ging es etwa um die Wiederbelebungsversuche eines kleinen Jungen, der in ein Schwimmbecken gefallen war – ein emotionales Horrorerlebnis für alle Eltern. Kinder jedoch, darauf wiesen die Experten hin, hätten diese elterliche Sorge nicht. Sie würden es im Gegenteil positiv empfinden, dass die Eltern sich um den Jungen sorgen und alles unternehmen, um ihm zu helfen.

Ein Höhepunkt dieser Tagung war jedoch nicht einmal wissenschaftlicher oder intellektueller, sondern – passend zum Thema – emotionaler Natur: Roman Lemberg, Student für Musiktheaterregie an der Hochschule für Musik „Hanns Eisler", verzauberte das Publikum mit seiner sensiblen Musikbegleitung zu Stummfilmeinspielungen, etwa zu der 1921 entstandenen Verfilmung *Camille* nach Alexandre Dumas' Roman *La dame aux camélias*. Dabei wurde deutlich, dass zur Erzeugung großer Emotionen nicht notwendigerweise ein großer technischer Aufwand nötig ist, sondern manchmal auch ganz einfache Formen begeistern können.

Dr. Alexander Grau

Dr. Anne Bartsch



Prof. Clemens Schwender

Pianist Roman Lemberg

Joachim von Gottberg, Claudia Mikat, Dr. Frank Schwab und Dr. Anne Bartsch (v. l. n. r.)