



universität
wien

Diplomarbeit / Diploma Thesis

Titel der Diplomarbeit / Title of the Diploma Thesis

Das Erleben moderner Kunst:
Ein Wechselbad der Emotionen

verfasst von / submitted by

Nicole Hynek

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magistra der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, 2015 / Vienna, 2015

Studienkennzahl / degree programme code: A 298

Studienrichtung / degree programme: Psychologie

Betreut von / Supervisor: Univ. Prof. Dr. Helmut Leder

„Leider lässt sich eine wahrhaftige Dankbarkeit mit Worten nicht ausdrücken“

Johann Wolfgang von Goethe (1797)

Allerdings möchte ich an dieser Stelle besonderen Dank meinem Betreuer Univ. Prof. Dr. Helmut Leder aussprechen, der nicht nur meine fachliche, sondern auch persönliche Entwicklung bereichert hat.

Abstract - deutsch

Kunst kann als eine Form des Informationsaustausches verstanden werden, in welchem der Betrachter/in, entsprechend seiner Befindlichkeiten und Betrachtungsweisen, Gedanken und Stimmung des Künstlers/in aufgreift und neuinterpretiert. Von dieser Annahme ausgehend liegt das Forschungsinteresse der vorliegenden Studie auf der emotionalen und kognitiven *Response* auf visuelle Kunst und untersucht, ob Unterschiede hinsichtlich dieser *Response* durch den Bildinhalt oder Abstraktionsgrad der Kunstwerke, durch Unterschiede im Sozialverhalten der Probanden/innen, oder durch die Tatsache, dass originale Kunstwerke betrachtet werden, erklärt werden können.

Zu diesem Zweck wurden 91 Versuchspersonen randomisiert einer von drei Bedingungen zugeteilt. In der ersten Bedingung bekamen die Probanden/innen drei originale Kunstwerke präsentiert, in der Zweiten die Reproduktionen dieser Kunstwerke und in der Dritten als Kontrollbedingung, Bilder ohne Kunstanspruch. Im Rahmen dieser Untersuchung wurde anhand einer Fragebogenbatterie das emotionale Erleben dieser Bilder mittels dem *Art Reception Survey* (ARS), die Prosozialität, die soziale Verbundenheit, sowie die Bereitschaft zu Empathie erhoben. Weiterführend wurde in allen Bedingungen dasselbe Bilderset aus 18 Bildkarten, welche moderne Kunstwerke abbildeten, vorgelegt. Diese 18 Bildkarten wurden anhand einer Wörterliste mit 19 Adjektiven und der Skala *Cognitive Stimulation* des ARS beurteilt.

Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass originale Kunstwerke und Reproduktionen sich hinsichtlich ihrer emotionalen Beurteilungen kaum voneinander unterschieden. Differenzen in der *Response* konnten nur in Bezug auf Nichtkunst gefunden werden. Dieses Ergebnis spricht dafür, dass Originale und ihre Reproduktionen vermutlich ähnlich verarbeitet wurden. Die Analyse des Bildinhaltes und des Abstraktionsgrades lieferte Hinweise darauf, dass die Versuchspersonen in der Beurteilung erlebter Emotionen eher inhaltsbezogene Kriterien herangezogen haben. Außerdem zeigte die soziale Verbundenheit einen Zusammenhang mit dem Erleben ästhetischer Emotionen. Hierbei könnten Persönlichkeitseigenschaften, im Sinne der *Big Five*, eine entscheidende Rolle spielen. Außerdem zeigte die Fertigkeit zu Fiktion einen Zusammenhang mit der Bereitschaft ein Kunstwerk affektiv-kognitiv zu erleben.

Zusammenfassend erwies sich keine dieser drei Quellen als ausschlaggebend, um das Erleben von Kunst vorherzusagen. Es wurde im Zuge dieser Studie deutlich, dass die ästhetische Erfahrung aus einem Zusammenspiel von Eigenschaften der Kunstwerke und der Betrachter/innen entsteht.

Abstract - english

Art can be understood as a form of information exchange in which the beholder takes on the thoughts and emotions of the artist and reinterprets them according to his mental state and perspective. Building on the understanding that art is communication, which triggers sensations in the onlooker, the research interest of this study lies on the emotional and cognitive *response* to visual art. It studies what leads to different receptions of art, and whether it is the fact that original art is presented, or image content and level of abstraction, or differences in the social behavior of test subjects, that causes these.

For this purpose ninety-one participants were randomly assigned to three conditions. In the first condition they were presented with three original artworks, in the second with reproductions, and in the third – which served as a control condition – they were presented with images that lacked a claim to artistic status. Building on the Art Reception Survey (ARS) focusing on the emotional experience of the participants it was also tried to ascertain prosocial behavioral traits, social connectedness, as well as their willingness to practice empathy. In a next step the test subjects of all three conditions were presented with a set of 18 image-cards depicting contemporary art. These were then assessed using a list of nineteen adjectives and the Cognitive Stimulation Scale of the ARS.

The study reaches the conclusion that the emotional assessment of original art and reproductions doesn't differ in a significant way. Differences concerning the response could only be witnessed in the case of the pictures that lacked an artistic claim. This leads the study to conclude that original art and reproductions are processed in similar ways. The analysis of image content and level of abstraction indicates that the test subjects focused strongly on content-related criteria when assessing their emotional response. Also the results indicate a link between social connectedness and the way in which aesthetic emotions are experienced. Here personality traits, in the sense of the *Big Five*, could play a major role. Lastly the willingness to experience art affectively in cognitive terms shows a link to a subject's ability to employ fiction.

None of the three causes studied can, by itself, provide a satisfyingly predict how art is experienced. Rather the results of the study lead to the conclusion that aesthetic experience is the result of the interplay between the features of an artwork and the features of the beholder.

Literaturverzeichnis

1	Einführung.....	15
2	Die ästhetische Erfahrung	17
2.1	Verarbeitungsmodelle der ästhetischen Erfahrung	17
2.2	Das emotionale Erleben von Kunst	22
2.3	Messung ästhetischer Emotionen.....	25
3	Authentizität	28
4	Das menschliche Sozialverhalten.....	30
4.1	Prosoziales Verhalten	30
4.2	Soziale Verbundenheit	31
4.3	Empathie.....	32
5	Forschungsfragen zur aktuellen Studie	34
6	Methode	37
6.1	Ziel der Studie	37
6.2	Teilnehmer	38
6.3	Räumlichkeiten.....	38
6.4	Materialien.....	38
6.5	Ablauf.....	40
6.6	Erhebungsinstrumente	41
7	Ergebnisse	43
7.1	Ergebnisse zur Authentizität.....	43

7.1.1	Beurteilung von Original, Reproduktion und Nichtkunst.....	43
7.1.2	<i>Fantasy</i> und die Beurteilung von Original, Reproduktion und Nichtkunst.....	45
7.1.3	Kunst als <i>Prime</i>	47
7.2	Ergebnisse der Bildinhalte	50
7.2.1	Der Einfluss von Menschendarstellungen in Kunstwerken.....	51
7.2.2	Der Einfluss des Abstraktionsgrades	52
7.3	Ergebnisse der Personenvariablen.....	53
7.3.1	Der Einfluss von Empathie auf das Erleben von Kunst.....	53
7.3.1.1	Einfluss von Empathie auf die kognitive <i>Response</i>	53
7.3.1.2	Einfluss von <i>Fantasy</i> auf die emotionale <i>Response</i>	54
7.3.2	Der Einfluss der sozialen Orientierung auf die <i>Response</i>	55
7.3.2.1	Einfluss der Prosozialität auf die <i>Response</i>	55
7.3.2.2	Einfluss der sozialen Verbundenheit auf die <i>Response</i>	56
8	Diskussion.....	57
8.1	Beurteilung von Original, Reproduktion und Nichtkunst.....	57
8.2	Kunst als <i>Prime</i>	58
8.3	Der Einfluss von Bildinhalt auf die <i>Response</i>	59
8.4	Der Einfluss von Empathie auf die <i>Response</i>	61
8.5	Der Einfluss der sozialen Orientierung auf die <i>Response</i>	62
8.6	Ausblick.....	63
9	Literaturverzeichnis	65

10	Appendix	77
A.	Tabellen- und Abbildungen	77
B.	Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	83
C.	Fragebögen mit Instruktionen	85
D.	Bilderverzeichnis	95
E.	Überarbeitete Wörterliste	105
F.	Curriculum Vitae	107

1 Einführung

„Kunst ohne Ethik ist Kosmetik“

Marina Abramović (1992)

Kunst ist allgegenwärtig und doch ist ihre Entstehung und ihre Bedeutung für den Menschen ein ungelöstes Rätsel. Der Performance-Künstlerin Abramović zufolge hatte Kunst in den Anfängen ihrer Entstehung nie einen selbstbezogenen Kontext, sondern ist aus der Bezogenheit auf den Menschen und aus dessen Bedürfnissen nach Riten und Religion entstanden (zitiert nach Von Drahen, 1992, S. 3). Abramović spricht sich damit gegen eine *L'art pour l'art* aus und lehnt eine Kunst ab, die nicht die Bedürfnisse einer Gesellschaft aufnimmt.

Eine ähnliche Sichtweise vertritt auch die Anthropologin Dissanayake (1992) und betrachtet Kunst in der Zeit ihrer eigenen evolutionären Entstehung als einen integralen Bestandteil religiöser Zeremonien. In ritualisierten Handlungen wurden Gedanken und Sorgen einer Gesellschaft absorbiert und zum Ausdruck gebracht. Damit sollten Ängste überwunden und ein Gefühl von Sicherheit hergestellt werden. Dissanayake (2007) verortet damit die Entstehung und Entwicklung von Kunst im Zusammenhang mit Religionen, wonach Kunst weder Einheit noch Qualität sein kann, sondern die Art und Weise, wie man etwas tut. Ihrer Meinung nach zeugt künstlerisches Verhalten weder von Kreativität noch von Können, sondern davon, in einem Akt etwas Gewöhnliches zu etwas Besonderem zu machen.

Almhofer (1988, S. 138) beschrieb in der Kunst eine Deutung der Wirklichkeit über das Aufdecken der Mechanismen in der Welt. Dabei erhebt Kunst keinen

Anspruch auf Wahrhaftigkeit, vielmehr kommt es in ihr zu einem Austausch an fiktionaler Information. Simulierte und imaginierte Erfahrungen über Konstellationen in der Welt werden dargestellt und von den Rezipienten/innen als Ersatzerfahrung verarbeitet (Tooby & Cosmides, 2001; Dutton, 2003). Demnach ereignet sich Kunst in der Gedankenwelt der Betrachter/innen und produziert eben dort ihre eigene Szenerie (Dutton, 2003; S. 103).

Der Philosoph Aristoteles, dessen Ausführungen zu Kunst auch heute noch in der Kunstwissenschaft als gültig erachtet werden, charakterisierte Kunst als die Nachahmung von Wirklichkeit. Doch meinte er damit nicht das bloße Kopieren der Realität, sondern bezog er sich hierbei auf die Darstellung des Wahrscheinlichen. Nach Aristoteles ist der Mensch von Natur aus in besonderem Maße zur ‚Mimesis‘ befähigt und empfindet auch große Freude an ihr. Diese Begeisterung wird erklärt, als die Lust des Menschen zu lernen und die Welt intellektuell zu erschließen. Im Sinne der von ihm postulierten Katharsis-Lehre, geht Aristoteles von einer spielerischen Lust des Menschen aus, die es ihm ermöglicht, sich seiner Träume und Konflikte in der Psyche durch die Kunst zu vergegenwärtigen und in einem Akt der Identifikation mit dem Dargestellten ungelöste Spannungen aufzulösen. Daraus folgert Aristoteles, dass Kunst an ihrer Wirkung auf den Menschen festzulegen ist (Aristoteles, interpretiert nach Fuhrmann, 1982). Künste stimulieren die Menschen in einer ihnen besonderen Weise, jedoch wirken sie nicht auf alle gleich. Neben Eigenschaften des Kunstwerkes spielen die charakterlichen Eigenschaften der Rezipienten/innen, ihre Vorlieben und kunstbezogene Vorerfahrungen eine entscheidende Rolle im Erleben von Kunst. Folglich führt auch eine ästhetische Erfahrung nicht bei allen zu den gleichen ästhetischen Urteilen und zu denselben in Qualität und Intensität erlebten ästhetischen Emotionen.

2 Die ästhetische Erfahrung

2.1 Verarbeitungsmodelle der ästhetischen Erfahrung

Die Modelle der ästhetischen Informationsverarbeitung beschreiben für gewöhnlich einen mehrstufigen Prozess, der mit der Wahrnehmung des ästhetischen Stimulus beginnt und über verschiedene Verarbeitungsphasen hinweg, verbunden mit tiefergehenden Gedächtnisinstanzen, schließlich in einem Werturteil hinsichtlich des Stimulus endet (Marković, 2012).

Parson (1987) entwickelte auf Basis von Interviews eine Theorie der Entwicklung des Verständnisses für Kunst. Er unterschied darin fünf verschiedene Entwicklungsstufen der ästhetischen Verarbeitung. Die ersten beiden Stufen beinhalten neben inhaltlichen Präferenzen auch Vorlieben für Schönheit und Realismus. Auf der dritten Entwicklungsstufe der Verarbeitung spielt die Fähigkeit zu ästhetischer Empathie eine entscheidende Rolle. Auf der vierten Stufe liegt der Fokus auf der Wahrnehmung von Stil und Form der Kunstwerke, das schließlich auf der letzten Stufe zu einer Bewertung des ästhetischen Objekts führt (Parson, 1987).

Chatterjee (2003) hingegen erarbeitete ein ‚neurophysiologisches Rahmenmodell ästhetischer Präferenzen‘, wonach ästhetische Objekte, ebenso wie andere visuelle Objekte zunächst einmal hinsichtlich einfacher Merkmale, wie Farbe und Helligkeit verarbeitet werden. Im Anschluss daran werden diese zu größeren Einheiten zusammengefasst, wodurch in weiterer Folge die Identität der Objekte bestimmt wird. Der Unterschied zwischen ästhetischen und visuellen Objekten liegt in der Intensität, mit welcher der Betrachter/innen involviert wird, sowie in den affektiven Reaktionen, die in Folge der Rezeption ausgelöst werden. Die ästhetische Emotion und das ästhetische Urteil werden als das Ergebnis dieser ästhetischen Erfahrung bestimmt (Chatterjee, 2003).

Das kognitiv-affektive ‚Modell ästhetischer Erfahrung‘ von Leder, Belke, Oeberst und Augustin (2004; siehe Abbildung 1), beschreibt welche existentiellen

psychische Prozesse der Rezipienten/innen deren ästhetisches Erleben bedingen (Belke & Leder, 2006; S. 2). Es handelt sich hierbei um ein Verarbeitungsmodell moderner Kunst, das aus verschiedenen, hierarchisch aufeinander folgenden Stufen besteht. Diese Stufen der Verarbeitung sind: perzeptuelle Analyse, implizite Informationsintegration, explizite Klassifikation, kognitive Bewältigung und Evaluation.

Damit richtet sich dieses Modell konkret an die visuelle Verarbeitung, Bedeutungszuweisung und den Umgang mit Ambiguität der Rezipienten/innen (Belke & Leder, 2006). Während die ersten beiden Stufen der Verarbeitung noch unbewusst ablaufen, beruhen die letzten drei Stufen auf bewussten Prozessen kognitiver Verarbeitung. Jede dieser sequentiellen Verarbeitungsstufen ist mit einem bestimmten kognitiven Analysemodus verbunden. Nebenher verläuft ein affektiver Bewertungsprozess, der wiederum durch kulturell und lebensgeschichtlich erlernte Bewertungsmuster bedingt wird (Leder, 2006). Die Outputs während jeder dieser einzelnen Verarbeitungsstufen haben Einfluss auf die gesamte ästhetische Erfahrung. Auch hier entstehen aus dem Prozess der ästhetischen Erfahrung ästhetische Emotionen und das ästhetische Urteil. Beide sind das Resultat einer erfolgreichen Verarbeitung des ästhetischen Objekts. Dabei beziehen sich die ästhetischen Emotionen auf das Gefühl, das der Rezipient/in infolge der Kunstbetrachtung verspürt, während das ästhetische Urteil auf der Evaluation des ästhetischen Objekts rekurriert. Darüber hinaus reflektiert das Modell die Bedeutung kontextueller Bedingungen der Kunstrezeption (z.B. Museumsbesuch) und berücksichtigt den Einfluss ‚ästhetischer Kompetenzen‘ der Rezipienten/innen (z.B. Expertise) auf das ästhetische Erleben (Belke & Leder, 2006).

Das Modell wird von den Autoren als ein deskriptives Rahmenmodell verstanden, dessen Annahmen der ästhetischen Forschung eine Möglichkeit bietet, die psychologische Wirkungsweise moderner Kunst besser zu verstehen. Außerdem postulieren die Autoren, dass es durchaus möglich ist, dieses Modell auch auf das ästhetische Erleben anderer Gegenstände, wie Film, Theater und Musik auszuweiten (Belke & Leder, 2006; S. 11).

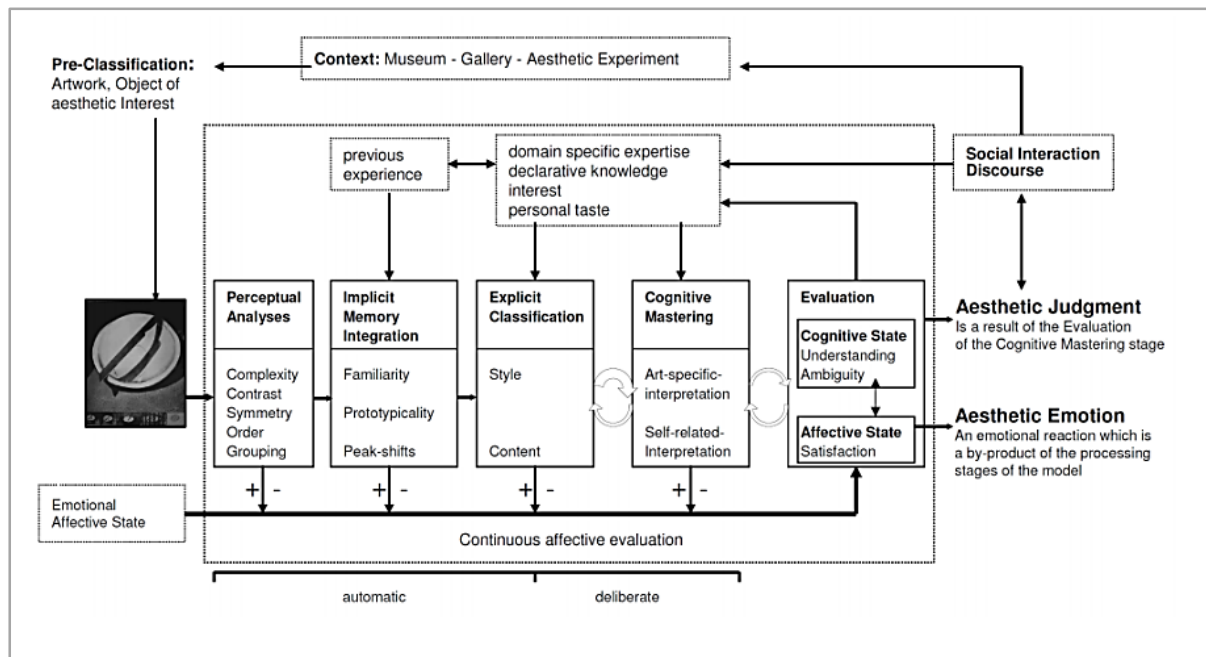


Abbildung 1:

Modell ästhetischer Erfahrung. Entnommen aus ‚Annahmen eines Modells der ästhetischen Erfahrung aus kognitionspsychologischer Perspektive‘ von Belke B. & Leder H. in: Sonderforschungsbereich 626 (Hrsg.): Ästhetische Erfahrung: Gegenstände, Konzepte, Geschichtlichkeit, Berlin 2006.

Demgegenüber diskutiert Marković (2012) ein ästhetisches Informationsverarbeitungsmodell, welches auf zwei parallel verlaufenden Ebenen beruht. Marković (2012) postuliert dabei drei entscheidende Merkmale der ästhetischen Erfahrung: die Faszination an einem ästhetischen Objekt, die Bewertung der symbolischen Realität dieses Objekts und das starke Gefühl der Einheit mit dem Objekt der ästhetischen Faszination und der ästhetischen Beurteilung.

Auf der ersten Ebene der Informationsverarbeitung werden zwei Sub-Ebenen der Narration verarbeitet: die Geschichte und die symbolische Bedeutung. Die zweite Ebene bezieht sich auf die Komposition des Bildes und umfasst ebenfalls zwei Unterebenen: die implizite Bedeutung der Objektmerkmale und die Detektion kompositorischer Gesetzmäßigkeiten. Allerdings werden nur zwei dieser vier Unterebenen als entscheidend für die ästhetische Erfahrung bestimmt; nämlich die Bewertung der Symbolik und die kompositorischen Gesetzmäßigkeiten. Diese

Unterebenen erfordern spezifische kognitive, als auch persönlichkeitsbezogene Dispositionen, wie beispielsweise Expertise, kreatives Denken und Offenheit für Erfahrungen. Dieses Modell definiert die ästhetische Emotion als das Resultat der affektiven Evaluation dieser beiden Unterebenen (Marković, 2012; S. 1).

Das ‚*Mirror Model of Art*‘ von Tinio (2013) geht der Schnittstelle zwischen Kunstrezeption und künstlerischem Schaffen nach und legt dabei den Fokus auf das kommunikative Potenzial eines Kunstwerks, wonach der/die Kunstschaffende über die verschiedenen ‚Schichten‘ im Material des Kunstwerks mit dem Betrachter/in kommuniziert. Hierbei beschreibt das Modell drei aufeinander folgende ‚Schichten‘ des künstlerischen Schaffensprozess: *Initialization*, *Expansion and Adaption* und *Finalizing*. Jede dieser drei ‚Schichten‘ stimmt mit einer Stufe ästhetischer Erfahrung überein (vgl. Leder et al., 2004; Chatterjee, 2003). Demnach ‚spiegelt‘ die ästhetische Erfahrung den Schaffensprozess eines Kunstwerks dahingehend wieder, als dass die frühen Stadien der ästhetischen Verarbeitung den letzten Phasen der Kunstproduktion entsprechen; in umgekehrter Weise entsprechen die späten Stadien der ästhetischen Verarbeitung den Anfangsstadien der Kunstproduktion (Tinio, 2013; S. 265). Auf der ersten Stufe der ästhetischen Erfahrung steht die Verarbeitung einfacher künstlerischer Elemente, die durch ihre Salienz zuerst unbewusst wahrgenommen werden, wie etwa Highlights, welche der Künstler/in allerdings zuletzt hinzugefügt hat. Die zweite Stufe der ästhetischen Erfahrung involviert eine vermittelnde, gedächtnisbasierte Verarbeitung des Stils und Inhalts, die ausgelöst wird durch die charakteristischen Elemente des Kunstwerks, welche wiederum während der zweiten Stufe der Kunstproduktion modifiziert und verfeinert wurden. In dieser Phase verdeutlichte der/die Kunstschaffende seine Ideen, wie etwa durch die Gesten dargestellter Figuren. Die dritte Stufe der ästhetischen Erfahrung bezieht sich auf die Bedeutungszuweisung und Generierung ästhetischer Emotionen und des ästhetischen Urteils. Hier liegt der Fokus in der Entschlüsselung der Intension, die wiederum der Ausgangspunkt des Schaffensprozesses war. Diese Übereinstimmung hat den größten Einfluss auf das Resultat der ästhetischen Erfahrung. Untermauert wird diese Annahme durch den Befund, dass Informationen zu einem Kunstwerk, wie beispielsweise biographische Angaben zum Künstler/in sich positiv auf die ästhetische Erfahrung auswirken. Zudem bietet dieses Modell einen neuen Erklärungsansatz hinsichtlich individueller Unterschiede in der ästhetischen Erfahrung, wie jene zwischen Kunstexperten/innen und Kunstlaien/innen. Es wird postuliert, dass diese

Unterschiede auf das Ausmaß an kunstbezogenem Wissen, besonders aber auf die Art und Weise, wie dieses Wissen angewendet wird, zurückgeführt werden können. Demnach durchlaufen Kunstexperten/innen während der ästhetischen Erfahrung eine Vielzahl an ‚Iterationen‘. Je höher diese Zahl an ‚Iterationen‘ ist, desto stärker ist auch die Verbundenheit mit einem Kunstwerk, was wiederum mit einem stärkeren Bedürfnis einhergeht die Abläufe, welche zur Entstehung des Kunstwerks beigetragen haben, zu bedenken (Tinio, 2013; S. 272).

Tinios Modell (2013) zufolge erfasst der Betrachter/in nicht nur perzeptuelle Merkmale und die Bedeutung eines Kunstwerkes im Zuge einer erfolgreichen Verarbeitung, sondern versucht er auch die verschiedenen Schaffensprozesse, die zur Entstehung des Werkes beigetragen haben, zu verstehen. Infolge dieser Auseinandersetzung tritt der Betrachter/in in Kommunikation mit dem Künstler/in, der sich wiederum während der Entstehung und Entwicklung seiner Arbeit die Reaktion der Betrachter/innen vorstellt und diese miteinbezieht. Tinio (2013) spricht hierbei von einer ‚Zwei-Wege‘-Konversation, welche ausschlaggebend für die Unterscheidung zwischen ästhetischen Objekten und alltäglichen Objekten ist. Bei Chatterjee (2003) hingegen sind die affektiven Reaktionen, die durch die Betrachtung eines Objekts ausgelöst werden wesentlich für diese Unterscheidung.

In der vorliegenden Studie bieten diese dargestellten Eigenschaften zur Bestimmung eines ästhetischen Objekts die theoretische Grundlage. Demzufolge ist Kunst Kommunikation, die außergewöhnliche Empfindungen auslöst. Dabei wird im Rahmen dieser Studie versucht festzustellen, inwiefern Charakteristika der Rezipienten/innen an dieser Kommunikation beteiligt sind und ob diese zu unterschiedlichen ästhetischen Empfindungen führen. Zudem werden die Kunstwerke selbst, als Übermittler emotional und kognitiv stimulierender Informationen, auf Differenzen hinsichtlich derer Wirkung auf das Erleben ästhetischer Emotionen untersucht.

2.2 Das emotionale Erleben von Kunst

„Emotional Response to Art: From Collation and Arousal to Cognition and Emotion” (Silvia, 2005; S.342).

Einen alternativen Zugang zur Beschreibung, sowie zur Untersuchung ‚ästhetischer Erfahrung‘ bieten psycho-biologische Ansätze zum Aktivierungsniveau, wie etwa Berlynes ‚*Arousal-Complexity*‘-Theorie (1971); eine triebtheoretische Erklärung ästhetischer Emotionen. Berlynes Theorie verbindet dabei die ästhetische *Response* mit objektiven, allgemein gültigen Eigenschaften ästhetischer Objekte und legt dar, dass der Rezipient/in während der Betrachtung von Kunst ein Aktivierungsniveau aufsucht, das weder zu stark, noch zu schwach erregt. Berlyne unterscheidet hierbei drei Klassen ästhetischer Objektmerkmale, die das Erregungspotential eines Stimulus bestimmen: psycho-physiologische, ökologische und ‚kollative‘ Merkmale. Während erstere sich auf formale Stimuluseigenschaften bezieht, wie beispielsweise Farben und Formen, zählen zu den ökologischen Merkmalen durch Lernprozesse erworbene Bedeutungen von Reizen. Die Klasse der ‚kollativen‘ Stimulusmerkmale beschreibt Faktoren wie Komplexität, Neuheit, Undeutlichkeit und Ambiguität, die gemäß Berlyne (1974) Erregung und Aktivierung der Betrachter/innen am stärksten beeinflussen und damit auch die ästhetische Erfahrung. So beschreibt Berlyne eine U-förmige Abhängigkeitsbeziehung zwischen dem durch die Objektmerkmale ausgelöstem *Arousal* und dem hedonistischen Wert eines Kunstwerkes, wobei dieser Wert sich im Sinne Berlynes lediglich auf einfache positive oder negative Affekte, wie etwa dem Gefallen beschränkt. Silvia (2005) merkte hierzu an, dass Berlyne Emotionen auf einen Zustand von *Arousal* reduziert, wodurch die Dynamik von Emotionen verloren geht. Demnach zeigen Ärger und Freude ein hohes Maß an *Arousal*, doch unterscheiden sie sich voneinander hinsichtlich ihrer Valenz.

Cupchik et al. (1994) greifen, unter Berücksichtigung gestaltpsychologischer Annahmen im Sinne Arnheims (1971), Aspekte dieser ‚*Collative-Arousal*‘-Theorie (Berlyne, 1974) auf und erweitern diese, in Anlehnung an James (1884) Unterscheidung ästhetischer Emotionen, in *Primary Subtle Feelings* und *Secondary Coarse Emotions*, also in ‚feine‘ Gefühle, wie z.B. Vergnügen und ‚grobe‘ Emotionen, wie etwa Wut. Darauf aufbauend formulierten Cupchik et al. (1994) zwei Formen der ästhetischen emotionalen Verarbeitung: eine lust-basierte, reaktive und eine kognitiv-

basierte, reflexive Verarbeitung. Hierbei bezieht sich die ‚reaktive‘ Verarbeitung von Emotionen auf die lokale Analyse bestimmter Stimulusmerkmale. Der Betrachter/in sucht hierbei nach semantischen Anordnungen oder nach zusammengehörigen Merkmalen, welche zusammen das Objekt darstellen. Bestimmte Reizkonfigurationen werden durch Assoziationen, auf Basis von Lernprozessen, mit emotionalen Reaktionen auf den Dimensionen Lust und Erregung verknüpft. Die ‚reflexive‘ emotionale Verarbeitung wiederum erfasst die globale Analyse eines Kunstwerks. In dieser Analyse kommt es zu einer Extraktion der symbolischen Bedeutung und der Interpretation dieser unter Berücksichtigung kontextueller Informationen. Eine derartige interpretative Aktivität erfordert vom Rezipienten/in eine persönliche Resonanz auf das Kunstwerk. Durch die Auseinandersetzung mit einem Kunstwerk können spezifische emotionale Zustände, wie beispielsweise Wut, hervorrufen gerufen werden, die zusätzlich dem Betrachter/in Einblicke in sein eigenes Leben ermöglichen. Zusammenfassend resümieren die Autoren: „Configurations elicit feelings, in contrast, the contextualized meanings elicit emotions” (Cupchik et al., 1994; S.186).

In diesem Zusammenhang stellt Silvia (2005b) fest, dass in der Vergangenheit die ästhetische Forschung psychologische Theorien zu Emotionen weitgehend vernachlässigt hat und den subjektiven ästhetischen Reaktionen nicht ausreichend Aufmerksamkeit gewidmet wurde. Silvia (2005b) verdeutlicht hiermit die Subjektivität von Emotionen der *Appraisal*-Theorien, wonach ein und dasselbe Ereignis unterschiedliche Emotionen bei verschiedenen Personen auslöst, als unabdingbare Voraussetzung der Ästhetikforschung. Darüber hinaus greift Silvia die Annahme dieser Theorien auf, dass jede Emotion eine eigene Bewertungsstruktur aufweist (Silvia, 2005b) und beschreibt beispielweise die emotionale Bewertung von Interesse als das Zusammenwirken zweier Bewertungsstrukturen, wonach das Objekt selbst einerseits als neu oder komplex und andererseits die eigene Fähigkeit dieses neue oder komplexe Objekt zu verstehen, beurteilt wird (Silvia, 2005a). In Folge kommt es im Sinne von Scherer (2005) zu einer ästhetischen Emotion, wie beispielsweise dem Interesse. Hierzu argumentiert Kivy (1990, zitiert nach Scherer et al., 2005), dass diese ästhetischen Emotionen beim Rezipienten/in nicht erweckt, sondern lediglich klassifiziert und bewertet werden. Dem widerspricht Scherer (2008) und setzt voraus, dass solch eine Bewertung bereits ästhetische Emotionen indizieren würde.

Das Konzept des ‚*Emotion Refinements*‘ (Frijda & Sundararajan, 2007) problematisiert James Unterscheidung ästhetischer Emotionen in ‚feine‘ und ‚grobe‘ Emotionen und postuliert, dass alle Emotionen ‚grob‘ oder ‚*refined*‘ sein können. Den Autoren zufolge bietet der Analysemodus der ‚*Refinements*‘ eine angemessene Grundlage, um all jene Emotionen zu bestimmen, welche nicht eindeutig konkreten Emotionsdimension zugeordnet werden können. Als ‚*emotions with refinement*‘ charakterisieren Frijda und Sundararajan (2007) solche Emotionen, die von außen betrachtet kaum erkennbare Anzeichen einer emotionalen Erregung aufzeigen, aber dennoch starke Empfindungen darstellen, wie beispielsweise ‚*refined*‘ Wut, verglichen mit sichtbarer Wut. Solche Emotionen haben den Charakter einer Handlungsbereitschaft und treten infolge ausführlicher Bewertungen komplexer oder subtiler Situationen auf. Gemäß Frijda und Sundararajan (2007) sind ästhetische Emotionen typische Repräsentanten dieser ‚*refined emotions*‘. Die ästhetische Erfahrung wiederum sieht Frijda (2009) als eingebettet in diesen ‚*refined emotions*‘, die in ihrer Gesamtheit *pleasantness* und/oder *unpleasantness* hervorrufen können. Dementsprechend ist das Gefallen an einem Kunstwerk ein subjektiv erlebter Zustand, den Frijda (2009) als einen ‚*hedonic tone*‘ beschreibt, der sich im Rahmen einer selbstreflexiven Auseinandersetzung mit einem Kunstwerk entfaltet. Dieser *hedonic tone* stellt eine Art Abstraktion aller wahrgenommenen Regungen dar (Ruckmick, 1936, zitiert nach Frijda, 2009) und ist, anders als in den Theorien von Berlyne und Cupchik, nicht auf einfache Analysen und Reaktionen zurückzuführen, sondern stellt das Resultat einer ästhetischen, emotionalen Erfahrung dar.

Sich an Frijda annähernd, bezeichnet Kubovy (1999) ästhetische Emotionen als ‚*pleasures of the mind*‘. Dazu schreibt er:

„*The pleasures of the mind are collections of emotions distributed over time whose global evaluation depends on the intensity of the peak emotion and favorability of the end.*“ (Kubovy, 1999; S. 5)

Demnach ist ästhetische Emotion die Erfahrung eines außergewöhnlichen, emotionalen Zustands und das Resultat einer Anhäufung verschiedener Emotionen. Das Zusammenkommen verschiedener Emotionen kann, laut Chatman (1978) auf den Umstand zurückgeführt werden, dass mit jedem neuen Segment, das rezipiert wird, sich infolge auch die erlebte Emotion ändert.

Die theoretischen Eigenschaften der ‚*emotions with refinement*‘ (Frijda et al., 2008) und ‚*pleasures of the mind*‘ (Kubovy, 1999) werden in dieser Arbeit zur Interpretation ästhetischer Emotionen herangezogen. Diese beiden Konzepte bieten den Vorteil, dass Emotionen nicht in eng umgrenzte Kategorien zusammengefasst werden. Somit kann die gesamte Bandbreite möglicher Emotionen berücksichtigt und ästhetischen Emotionen ihre besondere Qualität zugeschrieben werden.

2.3 Messung ästhetischer Emotionen

In Hinblick auf die Erfassung ästhetischer Emotionen ist zunächst einmal eine Unterscheidung zu anderen Affekten, wie Gefühle und Stimmung, vorzunehmen, zumal eine generelle Definition von Emotion aufgrund der Fülle an Theorien und Konzepten nur schwer zu bewerkstelligen scheint. Was die Unterscheidung hinsichtlich der Stimmung anbelangt, so ist diese eindeutig. Emotionen werden durch konkrete Reize oder Ereignisse erweckt, wobei diese dinglich oder fiktional sein können. Die Stimmung wiederum wird nicht durch konkrete Reize hervorgerufen und dauert zumeist über längere Zeiträume an. Eine gegenseitige Beeinflussung von Emotion und Stimmung ist anzunehmen (Scherer, 2005; S. 6). Unter Berücksichtigung der Gefühle erweist sich eine Differenzierung jedoch als schwierig. Hierzu entwickelte Scherer (2005) ein ‚Komponenten-Verarbeitungsmodell‘ der Emotionen, wonach das ‚subjektiv erlebte Gefühl‘ eine einzelne Komponente der emotionalen Erfahrung darstellt.

Übertragen auf die Messung ästhetischer Emotionen kann die verbale Rückmeldung erlebter Emotionen im Zuge introspektiver *Rating*-Verfahren als die Beurteilung des ‚subjektiv erlebten Gefühls‘ einer Emotion bestimmt werden (Zentner, Grandjean & Scherer, 2008; S. 497). Allerdings bringt die introspektive Messung ästhetischer Emotion, trotz dieser Begriffsbestimmung, eine weitere Schwierigkeit mit sich: Es bleibt nämlich die Frage offen, ob die ausgewählten Emotionen bloß wahrgenommen, oder aber diese Emotionen beim Rezipienten/in in Folge der Kunstrezeption erzeugt werden. Dem ist allerdings entgegenzusetzen, dass diese Debatte im Rahmen der Musikforschung abgehalten wird. Verglichen mit modernen Kunstwerken, welche zumal sich durch ihre Ambiguität auszeichnen (Leder et al., 2004), könnte die Generierung von Emotionen, infolge der Rezeption tonaler Musik

unvermittelter erfolgen. Demnach erscheint, bezogen auf die Musikforschung, eine Unterscheidung zwischen *perceived* und *felt emotions* als berechtigt. Aber in Hinblick auf das Erleben von Emotionen, im Rahmen moderner Kunstwerke, müsste diese Unterscheidung zwischen diesen beiden ‚Erlebnisqualitäten‘ konkret untersucht werden.

Zur Erfassung ästhetischer Emotionen wurden in dieser Studie die Adjektive der ‚Wörterliste‘ von Ortner (2010), in Anlehnung an Silvia (2005) und Marković (2012), anhand ihres affektiven Tonus kategorisiert. Zudem wurden Aspekte der ‚*emotions with refinement*‘ (Frijda et al., 2008) und der ‚*pleasures of the mind*‘ (Kubovy, 1999) zur Auslegung dieser Emotionskategorien herangezogen.

Die Unterteilung der 19 Adjektive der ‚Wörterliste‘ erfolgte anhand des Kriteriums der Valenz. Dabei wurden die Adjektive mit eindeutig positivem und negativem Tonus, wie etwa ‚erfreulich‘ oder ‚hoffnungslos‘ entsprechend den Kategorien ‚positive Emotionalität‘ bzw. ‚negative Emotionalität‘ zugeordnet. Außerdem wurden in Anlehnung an Marković (2012) Adjektive, die durch positive als auch negative Emotionen ausgelöst werden können, wie etwa ‚ergreifend‘ und ‚fasziniert‘ den ‚Emotionen der ästhetischen Erfahrung‘ zugeteilt. Die Kategorie der ‚kognitiven Emotionen‘ beinhaltet Adjektive, wie ‚interessiert‘ und ‚nachgrübelnd‘. Auch diese Adjektive beschreiben ‚Emotionen der ästhetischen Erfahrung‘. Allerdings wurden derartige Emotionen, angesichts einer verstärkt kognitiven Komponente, in Anlehnung an Silvia (2005) den ‚kognitiven Emotionen‘ zuerkannt.

Hierbei ist anzumerken, dass im Rahmen dieser Studie die 19 Emotionen der ‚Wörterliste‘ nicht als das affektive Endergebnis einer ästhetischen Erfahrung gedeutet werden, vielmehr handelt es sich hier um Emotionen im Sinne der ‚*refined emotions*‘, die durch Bewertungsprozesse einzelner Bildkomponenten, wie Formen, Farben oder der im Bild dargestellten Figuren ausgelöst werden (vgl. Chatman, 1978). Dabei kommt es zu einer Ansammlung von Emotionen (vgl. Kubovy, 1999), die in weiterer Folge zu einer lustorientierten, emotionalen Erfahrung führen können, wie etwa Gefallen (vgl. Frijda, 2009), aber auch ‚grobe‘ Emotion, im Sinne von James (1884), beispielsweise Wut erwecken können, was allerdings, verglichen mit Nichtgefallen, eher seltener vorkommt. Demzufolge könnte auch ein Kunstwerk, dass vermehrt Emotionen der Kategorie ‚negative Emotionalität‘ auslöst, Gefallen hervorrufen, da dieser Tonus nicht als aversiv erlebt wurde. Demgegenüber können die Kategorien der

‚Emotionen der ästhetischen Erfahrung‘ durchaus, aufgrund der Tatsache, dass diese Emotionen den Zustand einer ‚außergewöhnlichen‘ Erfahrung (Kubovy, 1999) beschreiben, als ästhetische Emotionen verstanden werden.

Im Zuge dieser Studie wurde auf eine faktorenanalytische Auswertung dieser Emotionskategorien verzichtet, zumal bereits die Studien von Ortner (2010) und Panagl (2011) keine Übereinstimmung hinsichtlich der generierten Faktoren aufzeigen konnten. Außerdem eignen sich faktorenanalytische Methoden nicht zur Bestimmung individueller Differenzen. Hierzu meinen Zentner, Grandjean und Scherer:

„Such an approach, although germane to psychological research, is limited because it accounts only for responses in a majority of listeners, whereas select individuals and subgroups may show different emotional response patterns.“ (Zentner, Grandjean & Scherer, 2008; S. 515)

Bezüglich der vorgenommenen Kategorisierung ist noch anzumerken, dass diese nicht als erschöpfend erachtet wird. Aufgrund des Mangels an Studien mit einer ähnlichen Forschungsintensität wurden die Kategorien zunächst auf Basis der Valenz gebildet. Beispielsweise hätte das *Arousal* hier ebenfalls mitberücksichtigt werden können. Diese Kategorisierung ästhetischer Emotionen dient vorrangig dem Versuch, Klassen spezifischer ästhetischer Empfindungen zu bilden und diese durch ihren Einsatz im Rahmen dieser Arbeit zu überprüfen.

3 Authentizität

„Die Echtheit einer Sache ist der Inbegriff alles von Ursprung her an ihr Tradierbaren, von ihrer materiellen Dauer bis zu ihrer geschichtlichen Zeugenschaft“ (Walter Benjamin, 1963; S. 13).

Der Beginn der experimentellen Ästhetikforschung und der Auseinandersetzung mit der Authentizität von Kunst kann auf den Dresdner Holbeinstreit und die in Folge dessen 1871 erschienene Publikation von Fechner ‚Über die Echtheitsfrage der Holbeinschen Madonna‘, zurückgeführt werden (Penzel, 2007). Hier wurden, im Rahmen einer diskursanalytischen Studie, erstmals ästhetische Beurteilungskriterien thematisiert, indem Expertenurteile des im selben Jahr in Dresden abgehaltenen Kongresses zusammengefasst und systematisch ausgewertet wurden. Identifiziert wurde hier die Durchsetzung einer ästhetischen Norm, wonach nur ein Original zu gefallen habe sowie eine zunehmende Vereinheitlichung und Popularisierung fachwissenschaftlicher Urteilsmaßstäbe und Methoden, welche sich nach Ansicht Penzels (2007) bis heute hält. Demgegenüber argumentiert Dutton (2003), dass originale Kunstwerke als kreative Leistung eingeschätzt werden, während Fälschungen dieser Wert abgesprochen wird. Während bei Fechner Authentizität mit Schönheit gleichgesetzt wurde, setzt sich hier ein Verständnis von Authentizität im Sinne von Originalität durch.

Aktuelle Studien untersuchen nun immer häufiger, wie Authentizität, bzw. Original, Reproduktion oder Fälschung, auf die Betrachter/innen wirkt. So untersuchten Newman und Bloom (2012) die Wirkungsweise von Originalen und Reproduktionen im Hinblick auf ihre monetäre Wertschätzung und stellten fest, dass die Wertschätzung eines Kunstwerks durch die Betrachter/innen geprägt ist, sowie von deren subjektiven Einschätzungen der Geschichtsträchtigkeit eines Kunstwerks und beschreiben drei psychologische Mechanismen, die diese prägen können. Hierzu zu gehören: *Assessment of Performance*, *Contagion*, und *Intuitions about Market Value*. *Assessment of Performance* bezeichnet dabei die Einschätzung die betreffend des kreativen Arbeitsaufwands gemacht wird, während *Contagion* den Glauben zum

Ausdruck bringt, dass ein Künstler/in in direktem Kontakt zu dem Kunstwerk steht. *Intuitions about Market Value* verdeutlichen, dass Einschätzungen hinsichtlich des Marktwertes eines Kunstwerks durch subjektive Abwägungen des monetären Wertes geprägt werden.

In einer anderen Studie untersuchten Wolz und Carbon (2014) welchen Effekt die experimentelle Manipulation der Authentizität von Gemälden auf mehrere Variablen hatte, die mit der Einschätzung und ästhetischen Wertschätzung eines Kunstwerkes in Verbindung stehen und stellten fest, dass Kunstwerke die als Kopien gekennzeichnet wurden, durchgängig als von geringerem Wert eingeschätzt wurden, als identische Kunstwerke, die nicht als solche gekennzeichnet waren.

Die angeführten Studien beschreiben, dass sich die Beurteilungen von authentischen Kunstwerken und Reproduktionen hinsichtlich ihrer Wertigkeit unterscheiden. Es stellt sich somit die Frage, ob Kunstwerke als Originale aufgrund ihrer Authentizität und durch die psychische Nähe zum Künstler/in auch über ihre emotionale Wirkung von reproduzierten Kunstwerken abweichen. Die Authentizität ist dahingehend von Bedeutung, da sie als ein wichtiger Indikator für die Wirkung von Kunst herangezogen wird. Zudem wird untersucht, ob diese Wirkung von Originalen wegen der angenommenen näheren Bezugnahme zum Künstler/in Kommunikationsprozesse auslöst, welche Einfluss auf das weitere Erleben von Emotion haben.

4 Das menschliche Sozialverhalten

Forschungsarbeiten im Bereich der Musik- und Literaturforschung berichten von einem positiven Zusammenhang zwischen dem Lesen von Literatur bzw. der Rezeption von Musik und der Bereitschaft zu Empathie und vermuten einen positiven Einfluss von Kunst auf das menschliche Sozialverhalten (vgl. Djikic & Oatles, 2014; Loersch & Arbuckle, 2013). In Anlehnung daran, untersucht die vorliegende Studie den Einfluss von Personenvariablen des menschlichen Zusammenlebens auf das Erleben von moderner Kunst. Folgende drei Variablen wurden hierfür herangezogen: prosoziales Verhalten, soziale Verbundenheit und Empathie.

4.1 Prosoziales Verhalten

Die Prosozialität bezieht sich auf das soziale Handeln von Personen, welches positive Konsequenzen für das Wohlbefinden anderer Personen hat (Eisenberg et al, 1996). Entwicklungspsychologische Forschung konnte belegen, dass prosoziales Verhalten sich in der späten Kindheit und frühen Adoleszenz manifestiert und stabilisiert (Carpara & Pastorelli, 1993), sich jedoch mit zunehmendem Alter stark differenziert (Paulus et al, 2014). So wurde, um die zeitliche Stabilität von Prosozialität zu untersuchen, eine Studie durchgeführt, in der die Bereitschaft zum spontanen Teilen gemessen wurde (Eisenberg et al, 1997). Das im Rahmen dieser Studie untersuchte Kind hatte die Möglichkeiten einen Gegenstand, in dessen Besitz es war, einem anderen Kind ganz oder für einen begrenzten Zeitraum zu überlassen. Es handelte sich hierbei um eine *Follow-up*-Studie, in der dieselben Kinder nach 19 Jahren nochmal untersucht wurden. Es zeigte sich ein positiver Zusammenhang zwischen dem spontanen Teilen in der Kindheit und dem prosozialem Verhalten im jungen Erwachsenenalter. Dieser Zusammenhang war zudem durch die Ausprägung des Mitgefühls vermittelt und unabhängig vom Geschlecht der Probanden/innen. Dieses Ergebnis widerspricht Eisenbergs (1998) Annahme, dass Männer und Frauen sich hinsichtlich Prosozialität unterscheiden. Außerdem wird das prosoziale Verhalten als eine Teilkomponente der Persönlichkeitsdimension ‚Verträglichkeit‘ den *Big Five* zugeordnet, wobei hier auch Umwelteinflüsse und die aktuelle Stimmung

eine bedeutende Rolle spielen (Bartlett & De Steno, 2005). Zudem steht die Prosozialität mit einer sicheren Bindung zu Bezugspersonen in Zusammenhang (Mikulincer, Gillah & Shaver, 2005). Schließlich spielen soziale Netzwerke, besonders aber enge Freunde und Familie, eine wichtige Rolle in der Entwicklung der Prosozialität, wonach erst im Rahmen dieser Interaktionen, Teilen und andere Formen kooperativen Verhaltens erlernt werden können (Barry & Wetzel, 2006).

4.2 Soziale Verbundenheit

Die soziale Verbundenheit kann definiert werden, als die Art und Weise, wie eine Person sich mit ihrer Umwelt verbunden fühlt. Sie bezieht sich dabei auf alle Arten der sozialen Interaktion und bezeichnet die gefühlte Nähe zu Familie, Freunden und der Gemeinschaft (Lee et al., 2008). Sie formt sich in Folge von sozialen Erfahrungen, besonders aber durch jene, die in der Kindheit und Jugend erlebt wurden. Im Laufe der Persönlichkeitsentwicklung stabilisiert sich das Gefühl der sozialen Verbundenheit weitgehend (Baker & Baker, 1987; Lee & Robbins, 1995, zitiert nach Lee et al., 2008). Faktoranalytischen Ergebnissen zufolge ist die soziale Verbundenheit eine Teilkomponente der Persönlichkeitsdimension ‚Extraversion‘, wonach extravertierte Menschen über die Tendenz verfügen, ihrer Umwelt und ihren Mitmenschen nahezustehen (Lee et al., 2008). Außerdem konnten Studien zeigen, dass das Fehlen von sozialer Verbundenheit einen starken negativen Einfluss auf die Gesundheit und das allgemeine Wohlbefinden einer Person hat. Menschen mit einer niedrigen sozialen Verbundenheit berichten zudem wenig bedeutungsvolle und unterstützende Beziehungen zu haben (Kohut, 1984, zitiert nach Lee et al., 2008). Auch sind sie häufiger betroffen von einer starken Erfahrung psychologischer Belastung, weisen eine mangelhafte Fähigkeit auf, soziale Kontakte zu knüpfen und fühlen sich häufig als Außenseiter (Whittaker, 2008).

Vor dem Hintergrund der Annahme, dass Kunst sich als Instrument des sozialen Lebens entwickelt hat (vgl. Dissanayake, 1992) untersuchen Loersch und Arbuckle (2013) den Einfluss der durch Musik ausgelösten Emotionen auf Prozesse des menschlichen Zusammenlebens. Dabei zeigen jene Versuchspersonen, die über ein höheres Ausmaß an emotionaler Reaktivität verfügen, nach einer Musikintervention stärkere Effekte sich der eigenen Gruppe gegenüber kooperativer zu verhalten als

gegenüber der fremden Gruppe, sowie ein stärkeres Bedürfnis nach sozialer Zugehörigkeit. In Anlehnung daran, beschäftigt sich die vorliegende Studie mit dem Einfluss der sozialen Orientierung einer Person auf das Erleben ästhetischer Emotionen. Hierbei wird unter Berücksichtigung der Prosozialität sowie der sozialen Verbundenheit die emotionale und kognitive *Response* auf Kunst untersucht.

4.3 Empathie

Der Begriff Empathie hat seine ursprüngliche Bedeutung in der ästhetischen Forschung. Es wurde damit die Fähigkeit beschrieben, sich in ästhetische Objekte, wie beispielsweise in visuelle Kunst ‚einzufühlen‘. (Lipps, 1903, zitiert nach Currie, 2012). Heute ist Empathie ein psychologisches Konstrukt des menschlichen Zusammenlebens und beinhaltet sowohl kognitive wie affektive Komponenten, hinsichtlich der Wahrnehmung bzw. des Nachempfindens der Emotionen anderer. Während die kognitive Empathie sich auf das Erkennen und Verstehen emotionaler Gemütszustände bezieht, beschreibt die affektive Komponente das Nachfühlen der Emotionen anderer (Baron-Cohen & Weelwright, 2004, zitiert nach Paulus, 2009).

Laut Silbereisen und Schulz (1997, zitiert nach Paulus, 2009) ist die Empathie die Bereitschaft und Fähigkeit fremdorientierte Emotionen über das Ausdrucksverhalten einer anderen Person nachzuempfinden. Dabei spielen neben der Bereitschaft, auch die Fertigkeit einer Person situative, soziale Hinweisreize zu verstehen. Die Wahrnehmung dieser sozialen Hinweisreize steht in enger Verbindung mit korrespondierenden, eigenen Emotionen.

Schmitt (1982, zitiert nach Paulus, 2009) wiederum beschreibt die Empathie als eine instinktive Nachahmung, die zu ähnlichen propriozeptiven Gefühlen zwischen den Personen führt. Die Interaktionspartner passen ihren emotionalen Zustand aneinander an, wodurch in Folge die soziale Verständigung erleichtert wird.

Gemäß Paulus (2009) und seiner deutschen Überarbeitung des *Interpersonality Reactivity Index* (IRI; Davis, 1983) unterteilt sich die Empathie in vier Teilkomponenten, die zueinander in Verbindung stehen. Diese sind die Fähigkeit der Perspektivenübernahme (*Perspective Taking*), die Bereitschaft sich in Fiktion zu versetzen (*Fantasy*), die empathische Anteilnahme (*Empathic Concern*) und das

persönliche Leid (*Personal Distress*). Paulus (2009) zufolge, geht die Fähigkeit zur Perspektivenübernahme und die Bereitschaft diese auch einzusetzen mit einer besseren sozialen Akzeptanz und einem daraus resultierenden höheren Selbstwert einher. Die Bereitschaft sich in die Gefühlswelt von Roman- oder Filmfiguren zu versetzen, beschreibt wiederum emotionale Aspekte der Empathie. Hierbei wird kein Zusammenhang zu interpersonalen Fähigkeiten angenommen, sowie zum Konstrukt des Selbstwerts. Die Skala *Fantasy* bezieht sich direkt auf das Erleben von Emotionalität. Außerdem konnte Scotland (1978, zitiert nach Paulus, 2009) zeigen, dass die Bereitschaft zu Fiktion mit einem höheren physiologischen *Arousal* einhergeht. Das *Empathic Concern* ist die Bereitschaft einer Person fremdorientierte Gefühle nachzuempfinden, wodurch auch Mitleid ausgelöst werden kann. Personen mit einer erhöhten Tendenz zur empathischen Anteilnahme achten eher auf ihre Mitmenschen und sorgen sich um Personen in Notsituationen. Auch hier wird aber vermutet, dass diese Teilkomponente der Empathie weder mit einer erhöhten Soziabilität, noch mit einem höheren Selbstwert in Verbindung steht (Paulus, 2009). Das Konstrukt des *Personal Distress* hingegen, bezieht sich auf eigenfokussierte Gefühle, wie Unruhe oder Unwohlsein in zwischenmenschlichen Situationen. Außerdem wird dieses Konstrukt von manchen Autoren (vgl. Paulus, 2009) als ein Maß zur Emotionsregulation interpretiert. Allerdings ist dieses Konstrukt der Empathie das umstrittenste dieser Konzeptualisierung. *Personal Distress* wird eher als hemmend für Hilfeleistung gesehen, da der Fokus auf einen selbst gerichtet ist und eigene Gefühle eine größere Rolle in zwischenmenschlichen Begegnungen spielen als die der Interaktionspartner/innen (Paulus, 2009). Zudem beschreibt Paulus (2009) einen engen Bezug dieser Teilkomponente zu Aggression und sozialen Phobien.

Die Skalen *Fantasy*, *Perspective-Taking* und *Empathic-Concern* des Saarbrücker Persönlichkeitsfragebogens wurden in dieser Studie herangezogen und auf Einfluss auf das Erleben ästhetischer Emotionen hin untersucht. Dabei dienen diese Teilkomponenten der Empathie als wichtige Anhaltspunkte, um festzustellen, ob die Bereitschaft und Fertigkeit sich in Fiktion zu versetzen und die Fähigkeit die Gedanken und Emotionen anderer zu verstehen an dem Prozess des emotionalen Erlebens moderner Kunst beteiligt sind.

5 Forschungsfragen zur aktuellen Studie

Wie sich aus den Modellen der ästhetischen Erfahrung (Chatterjee, 2003; Leder et al., 2004; Tinio, 2013) entnehmen lässt, mündet ästhetisches Erleben in ein ästhetisches Urteil und in ästhetischer Emotion. Das Kunstwerk nimmt Einfluss, indem der Betrachter/in unbewusst einige der Gedanken und Emotionen des Künstlers/in aufgreift und entsprechend seiner eigenen Befindlichkeit und Anschauung interpretiert (Tinio, 2013). Mittels indirekter Kommunikation kommt es zwischen Künstler/in und Rezipienten/innen zu einer Übertragung von Information, die außerhalb einer klassischen *face to face*-Interaktion eintritt (Djicic et al., 2014). Tinio (2013) spricht hierbei von einer ‚Zwei-Wege‘-Konversation. Der Philosoph Ducasse (1964) bezeichnet Kunst als eine Sprache der Emotionen. Doch wird hierbei Kunst lediglich als ein Medium des Ausdrucks verstanden, das nur nebensächlich der Übertragung von Emotionen dient. Weiterhin ist Kunst eine nur dem Menschen eigene Form der Kommunikation, die via Interaktionsprozessen zwischen Rezipient/in und Kunstwerk Betrachtungsweisen und Befindlichkeiten weitergibt (vgl. Tinio, 2013).

Ausgehend von der Annahme ‚Kunst ist Kommunikation‘, liegt das Forschungsinteresse der vorliegenden Studie in der emotionalen und kognitiven *Response* auf Kunst. Es wird zum einen der Frage nachgegangen, inwiefern Personeneigenschaften des menschlichen Sozialverhaltens an diesem Interaktionsprozess beteiligt sind und individuelle Differenzen in der *Response* auf Kunst hervorrufen. Zum anderen werden Kunstwerke selbst, als Übermittler emotionaler und kognitiv stimulierender Inhalte, auf Unterschiede hinsichtlich derer Wirkung auf diese *Response* untersucht.

Was die Wirkung von Kunst betrifft, stellt sich zunächst die Frage, ob Kunstwerke als Originale in ihrer Authentizität und durch ihre psychische Nähe zum Künstler/in sich, über ihre Wirkung auf die *Response* von reproduzierten Kunstwerken unterscheiden. Der Philosoph Benjamin (1936) beschrieb in seinem Aufsatz ‚Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit‘ die ‚Aura‘ originärer Kunstwerke und den Verfall dieser Aura in der Reproduktion. Das Original zeichnet

sich durch eine Echtheit, die in der Einmaligkeit und im ‚Hier und Jetzt‘ besteht, sich jedoch der Reproduzierbarkeit entzieht (Benjamin, 1936).

Ähnlich argumentieren Tschacher et al. (2012), dass Befunde der psychologischen Ästhetikforschung unter Laborbedingungen der externen und ökologischen Validität der Kunstbetrachtung nicht gerecht werden würden. Die Aura und Authentizität eines Kunstwerkes, in seiner Materialität, Größe, und seiner räumlichen Anordnung, ginge in den Reproduktionen, die meist auf Computerbildschirmen angezeigt werden, verloren (Tschacher et al. 2012). Wie Brieber, Nadal, Leder und Rosenberg (2014) zeigen konnten, führte die Betrachtung von Kunstwerken im Rahmen einer Ausstellung zu mehr Gefallen und Interesse, sowie zu längeren Betrachtungszeiten, als dieselben Kunstwerke unter Laborbedingungen erbracht haben. Das deutet auf einen wichtigen Stellenwert bezüglich des Betrachtungskontextes hin.

Es stellt sich also die Frage, ob originale Kunstwerke, von denen angenommen wird, dass diese stärker in Verbindung zum Künstler/in stehen, intensiver erlebt werden, als Reproduktionen und Nichtkunst, wenn der Betrachtungskontext in allen Bildbedingungen konstant gehalten wird. Zusätzlich soll hierbei überprüft werden, ob die Auseinandersetzung mit authentischer Kunst weiterreichende Effekte auf das ästhetische Erleben der Betrachter/innen, im Sinne eines *Primes* hat. Um Unterschiede in der *Response* zwischen Kunst und Reproduktion bzw. Bildern ohne Kunstanspruch zu überprüfen, wurden drei Versuchsbedingungen herangezogen. Die Versuchspersonen wurden hinsichtlich ihrer kognitiven Stimulation sowie erlebten Emotionalität innerhalb der ihnen zugewiesenen Gruppe untersucht. Ihre Beurteilungen, wie auch Empfindungen wurden ein Teil der empirischen Datenerhebung innerhalb dieser Studie.

Zudem wird der Frage nachgegangen, ob Inhalt und Stil der Kunstwerke Unterschiede in der emotionalen und kognitiven *Response* hervorbringen. In der Vergangenheit lag der Fokus der Kunstforschung in der Beurteilung des hedonistischen Wertes eines Kunstwerkes, wie beispielsweise in der Evaluation von Gefallen und Nichtgefallen (Marković, 2010). Doch die Spannweite ästhetischer Emotionen ist viel umfangreicher als es diese ‚milden‘ Gefühle erlauben (Silvia, 2009). Silvia (2009) postuliert, dass es neben den *Cognitive Emotions*, zu denen beispielsweise das Interesse gehört, auch *Hostile Emotions*, wie etwa Wut, und *Self-*

Conscious Emotions, zu denen Stolz zählt, gibt, die durch den Inhalt der Kunstwerke evoziert werden. Marković (2012) erweiterte diesen Ansatz und unterscheidet dabei Emotionen mit negativem oder positivem Tonus von ‚Emotionen der ästhetischen Erfahrung‘. In der Theorie wird die ästhetische Erfahrung als ein außergewöhnlicher Geisteszustand beschrieben, in dem der Betrachter/in das Gefühl der Eintracht zum Objekt erlebt (Cupchik & Winston, 1996). Marković (2012) verdeutlicht, dass die ästhetische Erfahrung einem breiten Spektrum positiver sowie negativer Emotionen folgt und unabhängig von anderen Emotionen ist. Ästhetische Erfahrung kann gleichermaßen angenehmen und unangenehmen Bildern zugeordnet werden (Marković, 2010). Er nannte das Interesse an einem Kunstwerk, sowie die Faszination, welche der Betrachter/in beim Anblick eines Kunstwerkes verspürt als Beispiele für diese ästhetische Erfahrung.

Bezugnehmend auf Markovićs Kategorisierung ästhetischer Emotionen und auf Basis der ‚Wörterliste‘ (Ortner, 2010), sowie der *Cognitive Stimulation* Skala des *Art Reception Survey* (Hager et al., 2012) untersucht die vorliegende Studie den Einfluss von Inhalt und Stil auf die emotionale und kognitive *Response* der Rezipienten/innen. Hierbei wird zum einen der Frage nachgegangen, ob der soziale Inhalt zu Unterschieden in der Beurteilung der Bilder führt, oder ob hierbei der Abstraktionsgrad der Bilder ausschlaggebend ist. Als sozialer Inhalt wird die Tatsache verstanden, dass Menschen im Kunstwerk dargestellt werden. Der Abstraktionsgrad der Bilder reicht von figurativ über teilweise-figurativ bis nicht-figurativ.

Eine dritte Frage dieser Studie untersucht den Einfluss des Sozialverhaltens und der Empathie auf das Erleben von Kunst. In Anlehnung an Wöllner (2012) spielt die Fähigkeit zur Empathie eine entscheidende Rolle in der erfolgreichen Bewältigung von Kunst. Im Bereich der Musikforschung fand er, bezogen auf die affektive Empathie, heraus, dass Personen, die höhere Empathie-Werte aufwiesen, die Intension des Musikers akkurater einschätzten (Wöllner, 2012).

Um den Einfluss von Personeneigenschaften auf die erlebten Emotionen in Folge der Kunstbetrachtung zu testen, wurden neben der Fähigkeit zur Empathie auch die Prosozialität und die soziale Verbundenheit erhoben. Eine positive Korrelation zwischen den Variablen des menschlichen Zusammenlebens und der *Response* auf Kunst könnte dahingehend interessant sein, dass der sozialen Disposition einer Person bei dem Erleben von Kunst eine bedeutende Rolle zukommen würde.

6 Methode

6.1 Ziel der Studie

Die vorliegende Forschungsarbeit untersucht drei mögliche Quellen, die zu einer Vorhersage von erlebten Emotionen bei der Betrachtung von Kunst als einflussreich vermutet werden könnten.

Erstere nimmt Bezug auf Unterschiede in der Beurteilung von originalen Kunstwerken, Reproduktionen dieser Kunstwerke und Bildern, die keine Kunstwerke darstellen. Es werden hierbei Differenzen im ästhetischen Erleben angenommen. Mittels dem *Art Reception Survey* (Hager et al., 2012) werden die drei Bedingungen auf Unterschiede in der Bewertung der positiven Anziehung zum Bild (PA), der erlebten negativen Emotionalität (NE) und der kognitiven Stimulation (CS) untersucht. Die zweite Quelle der Vorhersage untersucht Unterschiede in der emotionalen und kognitiven *Response* unter Berücksichtigung des Bildinhalts und Abstraktionsgrades. Die dritte Quelle bezieht sich auf die soziale Orientierung einer Person. Untersucht wird dabei der Zusammenhang zwischen dem Erleben von Kunst und folgenden Variablen: soziale Verbundenheit, prosoziales Verhalten und Empathie.

Zusammenfassend soll also geklärt werden, ob Unterschiede in der emotionalen und kognitiven *Response* auf visuelle Kunst, durch die Bedingungen (Original, Reproduktion und Nichtkunst), die Bildklasse (Bildinhalt und Abstraktionsgrad) oder durch Personenunterschiede hervorgerufen werden. Es gilt somit festzustellen, welche dieser drei Quellen die besseren Ergebnisse liefern und Hinweise auf Unterschiede im emotionalen Erleben visueller Kunst geben können.

6.2 Teilnehmer

Insgesamt nahmen 91 Personen (52 weiblich) mit einem durchschnittlichen Alter von 25.93 Jahren (*Range*= 18 bis 64, *SD*= 7.44) an der Studie teil. Eine Hälfte der Versuchspersonen waren Psychologiestudenten/innen der Universität Wien, welche mithilfe dem Versuchspersonensystem *LABS* rekrutiert wurden. Die andere Hälfte waren Angehörige und Freunde der Versuchsleiterinnen. Die Versuchspersonen wurden randomisiert einer der drei Bedingungen zugeteilt und entweder mit originalen Kunstwerken (*N*= 30), Reproduktionen (*N*= 31) oder mit Bildern, ohne Kunstanspruch (*N*= 30) konfrontiert. Die Ausführungsweise der Studie stand im Einklang mit der aktuellen Deklaration von Helsinki und wurde von der Ethikkommission bewilligt.

6.3 Räumlichkeiten

Ziel des Untersuchungs-Setting war es, eine Umgebung zu schaffen, die der Kunstbetrachtung im Rahmen eines Galeriebesuchs nahekommt. Hierfür wurde ein Raum an der Fakultät für Psychologie in einen leeren Ausstellungsraum mit weißen Wänden umgestaltet.

6.4 Materialien

Unter Berücksichtigung der Untersuchungsbedingungen wurden entweder drei originale Kunstwerke, die Reproduktionen dieser Kunstwerke oder drei Bildern ohne Kunstanspruch gezeigt. Hierbei wurde versucht dem Charakter einer Galerie als eine in sich geschlossene Kunstpräsentation möglichst nahezukommen, indem die Auswahl der Kunstwerke auf abstrakte Objekte begrenzt wurde.

Das erste Kunstwerk war ein monochromes abstrakt-geometrisches Kunstobjekt während es sich bei dem zweiten um ein abstraktes Ölgemälde handelte. Das dritte Kunstwerk stellte ein Objekt aus collagierten Holzbrettern dar, welche mit Graffiti besprüht worden waren. Das MUSA (Museum Startgalerie Artothek) in Wien, sowie zwei private Kunstsammler stellten diese Kunstwerke als Leihgaben zur Verfügung. Diese Kunstwerke wurden an der gleichen Stelle aufgehängt, wie auch die Bilder der anderen beiden Bedingungen.

Für die zweite Bedingung wurden diese Kunstwerke zunächst abfotografiert und in einem zweiten Schritt reproduziert. Die Reproduktionen waren mit den Originalen hinsichtlich Format und Farbqualität identisch. Abbildung 3 zeigt diese Reproduktionen.

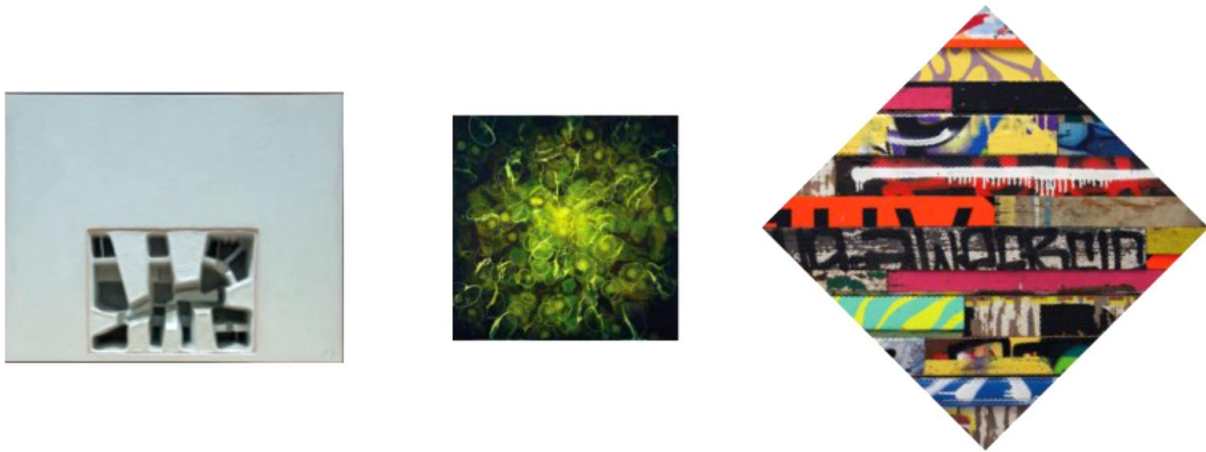


Abbildung 2

Kunstwerke der Bedingung mit Originalen, sowie der Bedingung mit Reproduktionen.

Die Bilder der dritten Bedingung wurden im Internet mittels Google-Bildersuche gefunden; gesucht wurde dabei nach Abbildungen alltäglicher Objekte, die inhaltlich und farblich den Originalen nahekamen. Zudem wurde das Format der Bilder dem der Originale angepasst. In Abbildung 2 sind die Bilder der dritten Bedingung zu sehen.



Abbildung 3

Bilder der dritten Bedingung.

Weiterführend wurde in allen Bedingungen ein Bilderset aus 18 Bildkarten, welche moderne Kunstwerke im Din A4-Format abbildeten, vorgelegt. Die 18 Bildkarten setzten sich zusammen aus neun Kunstwerken mit Menschendarstellung und neun Kunstwerken, die keine Menschen abbildeten. Diese jeweils neun Bilder unterteilten sich zudem in jeweils drei abstrakte, bzw. teilweise-abstrakte Bilder, sowie gegenständliche Darstellungen. Die Abbildungen und Auflistung dieser 18 Bilder sind dem Anhang D zu entnehmen.

6.5 Ablauf

Alle Teilnehmer/innen wurden den Untersuchungsbedingung randomisiert zugeteilt und anschließend in einer Einzeltestung mit einer Dauer von max. 90 Minuten untersucht. Ablauf und Instruktionen waren standardisiert und in allen Bedingungen gleich.

Zu Beginn des Experiments wurden die Teilnehmer/innen in einer Probandeninformation ausführlich über den Ablauf des Experiments, sowie über eventuelle Risiken und Rechte aufgeklärt. Nachdem die Probanden/innen ihr schriftliches Einverständnis zur Studienteilnahme abgegeben hatten, wurde mit der Untersuchung begonnen. Zunächst wurden sie darum gebeten, sich in Ruhe die ausgestellten Bilder anzusehen. Die Versuchspersonen konnten sich frei im Raum bewegen und dabei die Reihenfolge der Kunstbetrachtung selbst bestimmen. Nach exakt 5 Minuten wurden die Probanden/innen aufgefordert wieder Platz zu nehmen und mit der Bearbeitung der Fragebögen zu beginnen. Ihnen wurde eine Fragebogenbatterie vorgegeben, welche zur Erfassung des ästhetischen Erlebens der ausgestellten Bilder (ARS; Hager et al., 2012), der Prosozialität (Caprara, 2005), der sozialen Verbundenheit (Lee, 2001), sowie der Bereitschaft zu Empathie (Paulus, 2009) herangezogen wurde. Am Ende des Fragebogens wurden zusätzlich noch soziodemographische Daten erhoben. Nachdem die Versuchspersonen diese Fragebogenbatterie abgeschlossen hatten, wurden die Fragebögen außer Reichweite gebracht. Dann wurden ihnen 18 Bildkarten moderner Kunstwerke gemeinsam mit einem weiteren Fragebogen vorgelegt und zur Bearbeitung gestellt. Alle 18 Bildkarten waren nacheinander anhand der Wörterliste der Emotionen (Ortner, 2010) und der Skala *Cognitive Stimulation* des ARS (Hager et al., 2012) zu beurteilen. Im Anschluss

daran wurde mittels des Online-Programms *Limesurvey* der *Reading the Mind in the Eyes-Test* (Baron-Cohen, 2001, deutsche Fassung von Bölte, 2005) am Computer vorgegeben. Dieses Verfahren wurde allerdings in der Auswertung nicht berücksichtigt. Zum Schluss erfolgte ein *Debriefing* durch die Versuchsleiterin. Abbildung A1 fasst das Design einschließlich der erhobenen Variablen in tabellarischer Form zusammen.

6.6 Erhebungsinstrumente

Alle Fragebögen, die im Rahmen dieser Studie zum Einsatz kamen, wurden im Papier und Bleistift-Format, sowie in deutscher Sprache vorgegeben. Folgende Erhebungsinstrumente fanden dabei Anwendung:

Art Reception Survey. Hager et al. (2012) entwickelte auf Basis von 6 Faktoren ein valides Verfahren zur Erfassung der *Response* auf Kunst. Zu den 6 Subskalen zählen *Cognitive Stimulation*, *Positive Attraction*, *Expertise*, *Negative Emotionality*, *Artistic Quality* und *Self-Reference*, die anhand von insgesamt 28 Items auf einer 5-stufigen Skala von *ich stimme gar nicht zu* bis *ich stimme vollkommen zu*, bewertet wurden. Ein Beispielitem zu *Cognitive Stimulation* lautet ‚Es macht Spaß, sich mit dem Bild auseinander zu setzen‘. Für die *Positive Attraction* wäre, beispielhalber, ‚Das Bild ist wunderschön‘ zu nennen. Nach Angaben der Autoren liegt das Cronbach`s α bei .89.

Saarbrücker Persönlichkeitsfragebogen. Das in Anlehnung an den *Interpersonal Reactivity Index* (IRI; Davis, 1983) von Paulus (2009) entwickelte Verfahren zur Erfassung der Bereitschaft zu Empathie unterteilt das Konstrukt der Empathie in vier zueinander in Beziehung stehende Subskalen (Paulus, 2009): *Perspective Taking*, *Empathic Concern*, *Fantasy* und *Personal Distress*. Anhand einer 5-stufigen Skala von *nie* bis *immer* werden die insgesamt 16 Items zur Selbstbeurteilung beantwortet. Ein Beispielitem von *Fantasy* lautet ‚Die Gefühle einer Figur im Roman kann ich mir sehr gut vorstellen‘. Hier liegt das Cronbach`s α bei .78.

Social Connectedness Scale Revised. Zur Erfassung der Verbundenheit einer Person mit Umwelt und Mitmenschen wurde das von Lee et al. 2001 entwickelte Erhebungsinstrument herangezogen. Auf einer 6-stufigen Skala von *trifft gar nicht zu* bis *trifft voll zu* werden die 10 negativen und 10 positiven Items der Selbstbeschreibung

beurteilt. Die Selbstausskunft ‚Ich bin mit der Welt im Einklang‘ wäre als Beispiel für ein positives Item anzuführen, während die Aussage ‚Ich fühle mich den Menschen fern‘ für ein negatives Beispielitem steht. Cronbach's α liegt hier bei .92.

Social Behavior Scale. Caprara (2005) konstruierte diese Skala zur Messung der Prosozialität. Gemeint ist damit, die Bereitschaft einer Person, freiwillig Handlungen zu initiieren, welche den Menschen im Umfeld helfen. Es handelt sich auch hierbei wieder um ein Verfahren der Selbstbeschreibung prosozialer Kompetenzen. Anhand von 16 Items auf einer 5-stufigen Skala von *fast nie* bis *fast immer* werden Aussagen, wie beispielsweise ‚Ich versuche, anderen zu helfen‘ danach beurteilt, wie sehr diese auf die eigene Person zutreffen. Nach Angaben des Autors liegt das Cronbach's α bei .91.

Wörterliste. Die von Ortner (2010) erarbeitete Wörterliste dient als introspektives Messinstrument zur Bestimmung ästhetischer Emotionen während der Kunstbetrachtung. Die Wörterliste nennt 19 ästhetische Emotionen, welche mittels einer 7-stufigen Skala von *wenig* bis *sehr* eingeschätzt werden; wobei auch die Möglichkeit besteht, die einzelnen Emotionen als *nicht zutreffend* zu bewerten, wenn die jeweilige Emotion nicht wahrgenommen wird.

Reading the Mind in the Eyes-Test. Hierbei kam die deutsche Überarbeitung von Bölte (2005) zum Einsatz. Dieses Verfahren eignet sich zur Messung der Fähigkeit, sich in den momentanen Gefühlszustand einer anderen Person hineinzusetzen. Dabei bekamen die Probanden/innen 36 Ausschnitte von Augenregion bekannter Schauspieler/innen zu sehen, die in weiterer Folge danach beurteilt werden sollten, welches der vier zusätzlich vorgegebenen Adjektive, den mentalen Zustand des jeweiligen Augenausschnittes beschreibt. Allerdings war nur ein Adjektiv richtig; die anderen drei Adjektive waren Distraktoren. Die 36 Augenausschnitte wurden als einzelne *Trails* vorgegeben, zusammen mit einer Liste, welche die Bedeutung der Adjektive definierte. Die Datensammlung erfolgte mittels *Limesurvey*.

7 Ergebnisse

7.1 Ergebnisse zur Authentizität

7.1.1 Beurteilung von Original, Reproduktion und Nichtkunst

Zur Erfassung der emotionalen und kognitiven *Response* auf Kunst wurden die Skalen *Positive Attraction (PA)*, *Negative Emotionality (NE)* und *Cognitive Stimulation (CS)* des *Art Reception Survey (ARS)* (Hager et al. 2012) herangezogen. Auf der Skala der positiven Anziehung (PA) gab es drei Ausreißer. Auf den Skalen Negative Emotionalität (NE) und Kognitive Stimulation (CS) wurde jeweils ein Ausreißer festgestellt. Die Ausreißer wurden mithilfe der *Boxplot Outlier Labeling Rule* gemäß Hoaglin und Iglewicz (1986) überprüft, um einen Einfluss auf das Ergebnis auszuschließen. Hiermit konnten keine Ausreißer ermittelt werden. Die Mittelwerte in Tabelle 1 deuten bereits Unterschiede zwischen den Bedingungen hinsichtlich der kognitiven Stimulation an.

Tabelle 1

Mittelwerte (und Standardabweichungen) der drei Bedingungen

	<i>Bedingung</i>		
	<i>Kunstwerke (n=30)</i>	<i>Reproduktionen (n=31)</i>	<i>Nichtkunst (n=30)</i>
Positive Anziehung	2.82 (.56)	2.67 (.53)	2.47 (.56)
Negative Emotionalität	1.56 (.49)	1.48 (.46)	1.46 (.40)
Kognitive Stimulation	3.50 (.79)	3.35 (.64)	2.69 (.78)

Die statistische Auswertung erfolgte mittels einfaktorieller ANOVA. Die Bedingung war die unabhängige Variable, die Skalen jeweils die abhängige Variable. Es zeigten sich signifikante Unterschiede zwischen den Bedingungen in der Beurteilung der kognitiven Stimulation ($F(2,88) = 10.13, p = .00$). Die Unterschiede in der Beurteilung der Anziehungskraft ($F(2,88) = 2.98, p = .06$), sowie in der Beurteilung der erlebten negativen Emotionalität ($F(2,88) = .41, p = .66$) waren nicht signifikant.

Der Post-Hoc-Test in Tabelle A1 lässt erkennen, dass diese Unterschiede in der Bewertung der kognitiven Stimulierung zwischen der Nichtkunst-Bedingung und der Kunst-Bedingung, sowie zwischen der Nichtkunst-Bedingung und der Reproduktion-Bedingung bestehen

Tabelle 2

Vergleich der Bedingungen auf der Skala ‚Positive Attraction‘, ‚Negative Emotionality‘ und ‚Cognitive Stimulation‘.

<i>Dependent</i>	<i>Source</i>	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Positive Anziehung	Between Groups	2	1.81	.91	2.98	.06
	Within Groups	88	26.73	.30		
	Total	90	28.54			
Negative Emotionalität	Between Groups	2	.17	.08	.41	.66
	Within Groups	88	17.78	.20		
	Total	90	17.95			
Kognitive Stimulation	Between Groups	2	11.07	5.54	10.13**	.00
	Within Groups	88	48.08	.55		
	Total	90	59.15			

Note. Statistical significance: * $p < .05$, ** $p < .01$.

7.1.2 *Fantasy* und die Beurteilung von Original, Reproduktion und Nichtkunst

Eine anschließende Regressionsanalyse überprüfte den Einfluss der verschiedenen Bildklassen auf die erlebte Anziehung, sowie auf die erlebte kognitive Stimulation. Zudem wurde die Tendenz, sich in Fiktion zu versetzen (*Fantasy*), als zusätzlicher Prädiktor in die Regression miteinbezogen. Die Variable *Fantasy* wies sechs Ausreißer auf. Diese wurden in Anlehnung an Hoaglin und Iglewicz (1986) mittels der *Boxplot Outlier Labeling Rule* bei einem *g*-Wert von 2.2 überprüft. Hiermit wurden zwei Ausreißer ermittelt und durch den nächstliegenden validen Wert von 8 ersetzt.

Das Resultat der Regressionsanalyse mit der Skala *Positive Attraction* als abhängige Variable und der Bedingung, sowie *Fantasy* als unabhängige Variable zeigte einen Zusammenhang zwischen der Anziehung zum Bild und der Bedingung ($F(1,89) = 6.00, p = .02$). Es konnte 6% der Varianz der Anziehung durch die Bedingung erklärt werden. Die positive Anziehung nahm über die Bedingungen hinweg ab. Demzufolge war die Anziehungskraft der Bilder in der Bedingung der originalen Kunstwerke am höchsten. Allerdings hatte die Bereitschaft, sich in Fiktionen zu versetzen, zusammen mit der Bedingung keinen Einfluss auf die erlebte Anziehungskraft ($F(2,88) = 3.49, p = .03$). Zusammen erklärten die beiden Prädiktoren zwar 7% der Varianz in der Anziehung, doch war das 1. Modell signifikant besser zur Vorhersage.

Die Regressionsanalyse der kognitiven Stimulation als abhängige Variable wies ebenfalls einen Zusammenhang mit der Bedingung auf ($F(1,89) = 17.42, p = .00$). Es konnte 16% der Varianz der kognitiven Stimulation durch die Bedingung erklärt werden. Durch das Hinzunehmen der Bereitschaft sich in fiktive Situationen einzufühlen, stieg die erklärte Varianz signifikant um 6% an. Zusammen erklärten die beiden unabhängigen Variablen 22% der Varianz der kognitiven Stimulation. Somit besteht ein Zusammenhang zwischen Bedingung und *Fantasy*, sowie der kognitiven Stimulation ($F(1,89) = 17.42, p = .00$).

Tabelle 3 und 4 fasst die Ergebnisse der schrittweisen Regressionsanalyse zusammen. In beiden Tabellen ist die Bedingung negativ korreliert. Das bedeutet, dass die Beurteilungen der positiven Anziehung und kognitiven Stimulation in der Bedingung mit den Originalen am höchsten ausfielen. Der Zusammenhang zwischen

der Anziehung und der Bereitschaft zu Fiktion war aber nicht signifikant. Im Gegensatz dazu besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Fantasy und kognitive Stimulation. Dieses Resultat induziert, dass Personen mit einer höheren Bereitschaft sich in Fiktion zu versetzen, die Bilder der jeweiligen Bedingung als kognitiv stimulierender beurteilt haben.

Tabelle 3

Zusammenfassung der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der abhängigen Variable ‚Positive Attraction‘ (N=88)

	<i>R</i>	<i>R</i> ²	<i>R</i> ² Change	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β	<i>t</i>
1. Schritt	.25	.06	.06				
Bedingung				-.17	.07	-.25*	-2.45
2. Schritt	.27	.07	.01				
Bedingung				-.16	.07	-.23*	-2.16
Fantasy				.02	.02	.10	.99

Note. Kodierung der Bildbedingungen: 1= originale Kunst, 2= reproduzierte Kunst, 3= Nichtkunst.
Statistical significance: **p* < .05.

Tabelle 4

Zusammenfassung der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der abhängigen Variable „Cognitive Stimulation“ (N=88)

	<i>R</i>	<i>R</i> ²	<i>R</i> ² Change	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β	<i>t</i>
1. Schritt	.40	.16	.16				
Bedingung				-.40	.10	-.40*	-4.17
2. Schritt	.47	.22	.06				
Bedingung				-.34	.10	-.35*	-3.60
Fantasy				.07	.03	.25*	2.61

Note. Kodierung der Bildbedingungen: 1= originale Kunst, 2= reproduzierte Kunst, 3= Nichtkunst.
Statistical significance: **p* < .05.

7.1.3 Kunst als *Prime*

„Prime ist ein Aktivierungsreiz, der wegen seiner Art und Bedeutung eine differentielle Aktivierung neuronaler Strukturen, kognitiver Elemente und Handlungstendenzen nach sich zieht“ (Fröhlich, 2005; S. 376).

Es wurde untersucht, ob Personen, die mit Kunst konfrontiert wurden nachfolgende Bilder intensiver erlebten, als jene Personen, die zuvor keine Kunst zu sehen bekamen. Ziel war es festzustellen, ob diese durch Kunst ausgelöste kognitive Stimulation weitreichende Effekte auf das ästhetische Erleben hat. Hierfür wurde im Anschluss an die Betrachtung von Kunst bzw. Nichtkunst wiederholt die kognitive Stimulation mittels 18 Bildkarten von Kunstwerken erhoben, die im Din A4-Format dargereicht und anhand der Skala CS des ARS (Hager et al, 2012) beurteilt wurden.

Bereits Abbildung 5 liefert einen Hinweis darauf, dass sich die Bedingungen in der Beurteilung der 18 Bildkarten kaum voneinander unterscheiden.

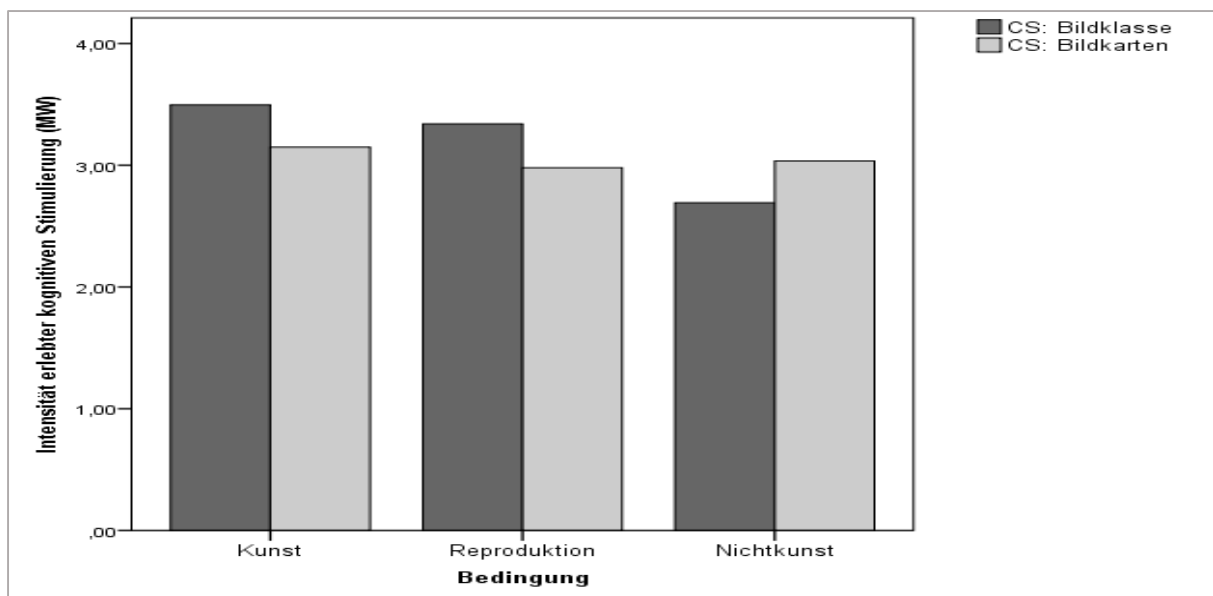


Abbildung 4

Mittelwerte der Ratings zu ‚Cognitive Stimulation‘ von Original/Reproduktion/Nichtkunst und zu ‚Cognitive Stimulation‘ der 18 Bildkarten unter Berücksichtigung der Bedingung.

Die statistische Auswertung erfolgte mittels einer mixed-ANOVA mit der Skala *Cognitive Stimulation* als Innersubjektfaktor und der ‚Bedingung‘ als Zwischensubjektfaktor. Es zeigte sich ein signifikanter Haupteffekt der Bedingung ($F(2,87) = 4.26, p = .02$). Allerdings ist dieser Effekt gemittelt über beide Erhebungen der kognitiven Stimulation, wodurch ein Rückschluss auf den Einfluss der Bedingung auf die kognitive Stimulation nicht möglich ist. Der abhängige Faktor *Cognitive Stimulation* war nicht signifikant ($F(1,81) = 2.81, p = .10$), schon aber die Wechselwirkung zwischen der kognitiven Stimulation und der Bedingung ($F(2,87) = 10.35, p = .00$). Anschließend wurde mit Hilfe der *Simple Effect Analysis* der kognitiven Stimulation sowie der Bedingung ermittelt, wo diese Wechselwirkungen liegen.

Im Hinblick auf den Faktor kognitive Stimulation wurde festgestellt, dass in der Bedingung der Originale die kognitive Stimulation signifikant abnahm ($F(1,87) = 7.68, p = .01$). Das Gleiche galt für die Bedingung der Reproduktionen ($F(1,87) = 8.29, p = .01$). Im Gegensatz dazu, nahm die kognitive Stimulation in der Bedingung, die keine Kunst vorher zeigte, signifikant zu ($F(1,87) = 7.54, p = .01$).

Bezüglich des Faktors Bedingung zeigten sich Unterschiede bezogen auf die erlebte Stimulierung durch die Bildbetrachtung zwischen den Kunstbedingungen und der Nichtkunstbedingung ($F(2,87) = 10.00, p = .00$). Allerdings konnte dieser Unterschied zwischen den Gruppen in der Beurteilung der kognitiven Stimulation der 18 Bildkarten nicht mehr gefunden werden ($F(2,87) = .50, p = .61$).

Aus diesen Ergebnissen kann geschlossen werden, dass die Konfrontation mit Kunst Einfluss auf die erlebte Intensität kognitiver Stimulation hat, diese jedoch keine weitreichenden Effekte hat. Abbildung 5 veranschaulicht diese Ergebnisse.

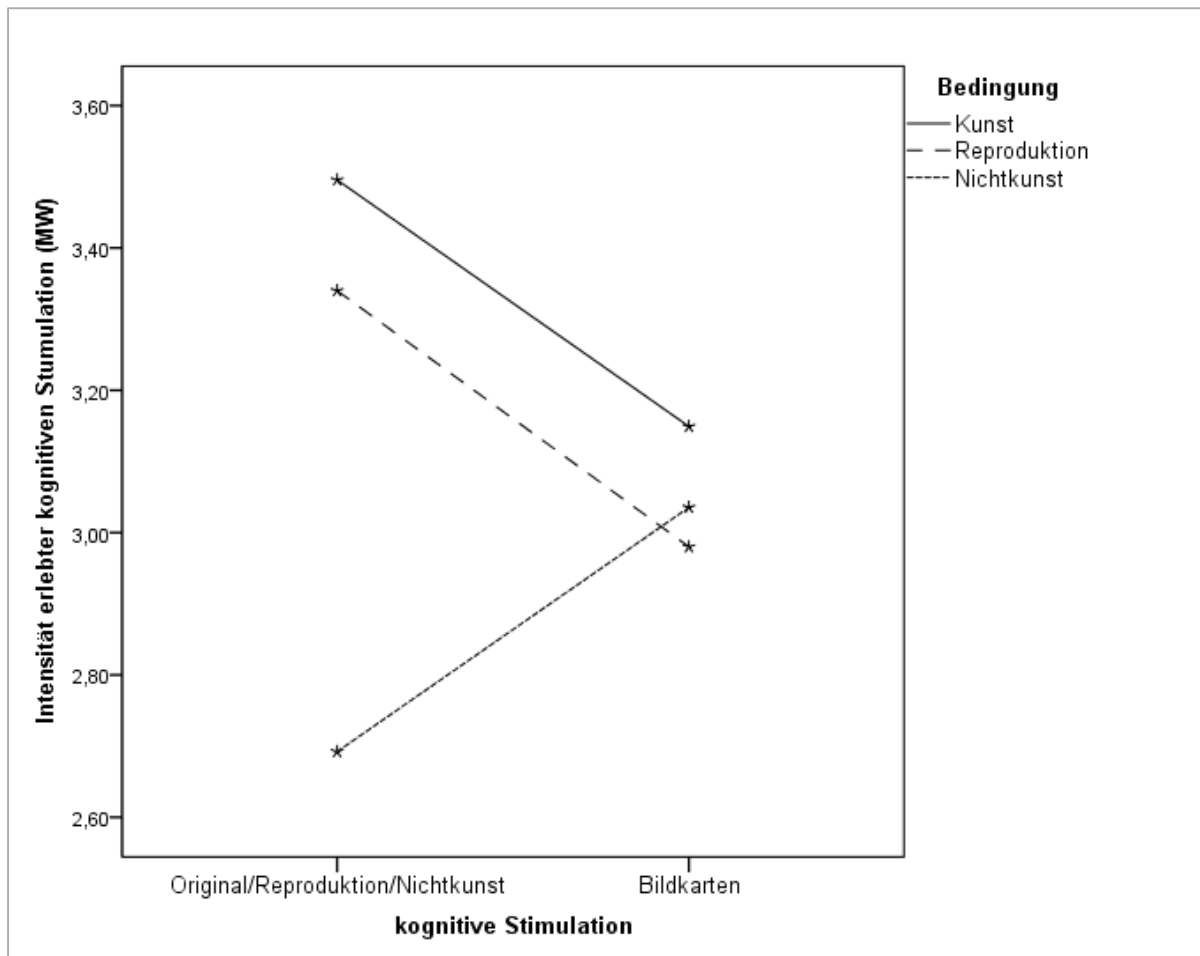


Abbildung 5

Mittelwerte der Ratings zu CS der Bildklasse und CS der 18 Bilder je nach Bedingung

7.2 Ergebnisse der Bildinhalte

Zum einem wurde untersucht, ob der Bildinhalt in Abhängigkeit davon, ob Menschen abgebildet wurden oder nicht, zu Unterschieden in der Beurteilung der erlebten Emotionen führt. Zum anderen wurde überprüft, ob es durch den Abstraktionsgrad eines Kunstwerkes zu Unterschieden in der Bewertung empfundener Emotionen kommt.

Die Erhebung der ästhetischen Emotionen erfolgte auf Basis der 18 Bildkarten, die anhand der ‚Wörterliste‘ (Ortner, 2010) beurteilt wurden. Die 19 Emotionen der Wörterliste wurden aufgeteilt und jeweils einer Analyse unterzogen.

Folgende Klassen ästhetischer Emotionen wurden im Zuge dieser Untergliederung der ‚Wörterliste‘ (Ortner, 2010) festgesetzt:

Emotionalität. Die ‚Emotionalität‘ ist der Mittelwert aller ausgewählten Emotionen über alle 18 Bildkarten hinweg. Dabei war, anhand einer siebenstufigen Skala von *trifft nicht zu* bis *trifft sehr zu*, anzugeben, wie intensiv die einzelnen Emotionen im Moment der Betrachtung des jeweiligen Bildes erlebt wurden.

Negative Emotionalität. Entsprechend, wie unter ‚Emotionalität‘ beschrieben, stellt die negative Emotionalität den Mittelwert aller ausgewählten Emotionen mit negativem Affekt dar. Hierzu gehören: traurig, ekelig, pessimistisch, abstoßend, aggressiv, hoffnungslos, wütend, unglücklich, bedroht, beunruhigt, angespannt, hart, sowie angsterfüllt. Zusätzlich wird der negative Affekt ‚abstoßend‘ in den statistischen Analysen separat berücksichtigt, da dieser mit Nichtgefallen in Verbindung steht (Cupchik, 1988).

Positive Emotionalität. Die positive Emotionalität ist der Mittelwert aller Emotionen mit positivem Affekt. In Hinblick auf die Wörterliste von Ortner (2010) handelt es sich hierbei um die Emotion ‚erfreut‘.

Emotionen der ästhetischen Erfahrung. Zu den ‚Emotionen der ästhetischen Erfahrung‘ gehören ‚fasziniert‘ und ‚ergreifend‘, als auch ‚mitfühlend‘. Hierbei handelt es sich um Emotionen, die durch negativen Affekt, sowie durch positiven Affekt ausgelöst werden können (Marković, 2012). Auch diese Emotionen wurden in der statistischen Auswertung separat überprüft.

Kognitive Emotionen. Auch hierbei handelt es sich um ‚Emotionen der ästhetischen Erfahrung‘. Allerdings stehen hier eher kognitive Aspekte des Erlebens von Kunst im Vordergrund. In Anlehnung an Silvia (2006) zählt ‚interessiert‘ zu den kognitiven Emotionen. Zudem wurde ‚nachgrübelnd‘ im Rahmen dieser Arbeit als eine kognitive Emotion festgelegt. Diese beiden Emotionen wurden in der statistischen Auswertung getrennt untersucht.

7.2.1 Der Einfluss von Menschendarstellungen in Kunstwerken

Die statistische Auswertung der Bildinhalte wurde mittels *Paired Sample t-Tests* durchgeführt. Die Ergebnisse aller Unterschiedsprüfungen werden in Tabelle A5 dargestellt. Erläutert werden an dieser Stelle bloß signifikante Unterschiede in der Beurteilung der Bildinhalte.

Emotionalität. Die statistische Analyse ergab, dass Bilder mit Personendarstellungen weniger intensiv erlebt wurden ($t(89) = -7.82, p = .00$).

Negative Emotionalität. Im Gegensatz dazu, wurden Bilder mit Personendarstellungen intensiver hinsichtlich der Emotionen mit negativem Affekt erlebt ($t(89) = 8.21, p = .00$). Auch wurden diese Bilder als abstoßender empfunden ($t(89) = 8.31, p = .00$).

Positive Emotionalität. Zudem zeigte die Analyse, dass Bilder mit Personendarstellungen als weniger erfreulich bewertet wurden ($t(89) = -8.01, p = .00$).

Kognitive Emotionen. Hinsichtlich der kognitiven Emotionen zeigte sich, dass Bilder mit Personendarstellungen eher zum Nachgrübeln anregten, verglichen mit Bildern, die keine Personen abbildeten ($t(89) = 3.36, p = .00$).

Emotionen ästhetischer Erfahrung. Es konnte festgestellt werden, dass Bilder mit Personendarstellungen als ‚mitfühlend‘ beurteilt wurden ($t(89) = 3.52, p = .00$).

Kognitive Stimulation. Auch die kognitive Stimulation wurde bei Bildern mit Personendarstellungen intensiver erlebt ($t(89) = 3.16, p = .00$).

7.2.2 Der Einfluss des Abstraktionsgrades

Der Vergleich des Abstraktionsgrades wurde, zumal es sich hierbei um gepaarte Variablen handelt, mittels einfaktorieller ANOVA mit Messwiederholung und Greenhouse-Geiser Korrektur durchgeführt. Eine Zusammenfassung der paarweisen Vergleiche mit Bonferroni Korrektur zeigt Tabelle A6.

Emotionalität. Die statistische Analyse zeigte, dass es signifikante Unterschiede in der Beurteilung der Intensität erlebter Emotionen gibt ($F(1.05, 93.07) = 86.49, p = .00$). Der Post Hoc Vergleich verdeutlichte, dass teilweise-abstrakte Bilder intensiver erlebt wurden im Vergleich zu gegenständlichen und abstrakten Bildern.

Negative Emotionalität. Hinsichtlich der Beurteilung negativer Emotionen wurden abstrakte Bilder signifikant ‚negativer‘ erlebt ($F(1.80, 159.78) = 18.37, p = .00$).

Positive Emotionalität. Unter Berücksichtigung der positiven Emotionen zeigten sich ebenfalls signifikante Unterschiede ($F(1.89, 168.29) = 35.99, p = .00$). Der Post Hoc Test ergab, dass teilweise-abstrakte Bilder stärker positive Emotionen auslösten.

Kognitive Emotionen. Es gab signifikante Unterschiede in der Beurteilung von ‚interessiert‘ ($F(1.76, 156.91) = 4.54, p = .02$), sowie von ‚nachgrübelnd‘ ($F(1.80, 160.12) = 33.07, p = .00$). Die Post Hoc Analyse bekundet, dass teilweise-abstrakte Bilder interessanter waren. Wiederum regten gegenständliche Bilder eher zum Nachgrübeln an.

Emotionen der ästhetischen Erfahrung. Gegenständliche Bilder wurden in höherem Ausmaß als ‚ergreifend‘ ($F(1.93, 172.04) = 6.63, p = .00$) und ‚mitfühlend‘ ($F(1.77, 157.51) = 34.00, p = .00$) bewertet.

Kognitive Stimulation. Hinsichtlich der kognitiven Stimulation wurden gegenständliche Bilder intensiver erlebt ($F(1.71, 152.57) = 16.48, p = .00$).

7.3 Ergebnisse der Personenvariablen

7.3.1 Der Einfluss von Empathie auf das Erleben von Kunst

Zur Untersuchung der Fragestellung, ob die Fähigkeit zu Empathie einen Einfluss auf das Erleben ästhetischer Emotionen hat, wurde mittels einer hierarchischen Regressionsanalyse der Zusammenhang zwischen der Skala *Fantasy* zusammen mit der Skala *Perspective-Taking* und der Skala *Empathic-Concern* (SPf; Paulus, 2009), die gemeinsam den Empathie-Score des Saarbrücker Persönlichkeitsfragebogens bilden und der emotionalen sowie kognitiven *Response* überprüft.

7.3.1.1 Einfluss von Empathie auf die kognitive *Response*

Unter Berücksichtigung der Bedingungen erklärte die Bereitschaft, sich in Fiktion zu versetzen 11% der Varianz der kognitiven Stimulation und ist damit ein signifikanter Prädiktor für das Erleben kognitiver Anregung durch Kunst ($F(1,89) = 10.92, p = .00$). Das zweite Modell mit den zusätzlichen Prädiktoren *Perspective-Taking* und *Empathic-Concern* erklärte 12% der Varianz der kognitiven Stimulation und ist hiermit nicht signifikant besser zur Vorhersage der kognitiven Stimulation geeignet als das erste Modell ($F(3,87) = 3.95, p = .01$). Tabelle 5 fasst die eben beschriebenen Resultate nochmals zusammen.

Tabelle 5

Zusammenfassung der hierarchischen Regressionsanalyse: Untersuchung des Zusammenhangs zwischen der abhängigen Variable ,Cognitive Stimulation‘ und den Prädiktoren ,Fantasy‘, ,Perspective Taking‘ und ,Empathic Concern‘ (N=88).

	<i>R</i>	<i>R</i> ²	<i>R</i> ² Change	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β	<i>t</i>
1. Schritt	.33	.11	.11				
Fantasy				.09	.03	.33*	3.31
2. Schritt	.35	.12	.01				
Fantasy				.08	.03	.30*	2.82
Perspective-Taking				-.02	.04	-.04	-.42
Empathic-Concern				.04	.04	.11	1.00

Note. Statistical significance: * $p < .05$.

Außerdem wurde in einer weiteren Regressionsanalyse die kognitive Stimulation, die mittels der 18 Bildkarten erhoben wurde, ebenfalls auf einen Zusammenhang mit *Fantasy*, *Perspective-Taking*, sowie *Empathic-Concern* überprüft. In dem vorliegenden Zusammenhang erwies sich das zweite Modell mit den zusätzlichen Prädiktoren *Perspective-Taking* und *Empathic-Concern* abermals als nicht signifikant besser zur Vorhersage der kognitiven Stimulation ($R^2 = .08$, $F(3,86) = 2.35$, $p = .08$). Auch hier stellte sich die Einfühlungsbereitschaft in Fiktion als ein signifikanter Prädiktor für die kognitive Stimulation heraus ($R^2 = .07$, $F(1,88) = 6.47$, $p = .01$).

Die Ergebnisse der beiden Regressionsanalysen lassen darauf schließen, dass ein positiver Zusammenhang zwischen der Bereitschaft sich in Fiktion zu versetzen und dem Erlebten von kognitiver Stimulation durch die Kunstbetrachtung besteht.

7.3.1.2 Einfluss von Fantasy auf die emotionale Response

In der nachfolgenden Ergebnisdarstellung der Regressionsanalysen werden nunmehr bloß die Ergebnisse der Skala *Fantasy* beschrieben. Die Prädiktoren *Perspective-Taking* und *Empathic-Concern* erwiesen sich in keiner Analyse als ausschlaggebend zur Erklärung erlebter Response auf Kunst.

Auch hier erfolgte die Erhebung der ästhetischen Emotionen auf Basis der 18 Bildkarten, die anhand der ‚Wörterliste‘ (Ortner, 2010) beurteilt wurden. Die 19 Emotionen der Wörterliste wurden aufgeteilt und jeweils einer Regressionsanalyse mit *Fantasy* als Prädiktor unterzogen.

Tabelle A2 fasst die Ergebnisse der Regressionsanalysen mit Fiktion als Prädiktor und den ästhetischen Emotionen als abhängige Variable zusammen. Beschrieben werden im Folgenden nun mehr signifikante Zusammenhänge zwischen *Fantasy* und den ästhetischen Emotionen.

Kognitive Emotionen. Die Regressionsanalyse ergab einen signifikanten Zusammenhang zwischen ‚nachgrübelnd‘ und der Einfühlungsbereitschaft in Fiktion ($R^2 = .06$, $F(1,88) = 5.43$, $p = .02$).

7.3.2 Der Einfluss der sozialen Orientierung auf die *Response*

Zudem wurden die Variablen soziale Verbundenheit (Lee et al., 2001) und prosoziales Verhalten (Caprara et al., 2005) auf ihren Einfluss hinsichtlich der emotionalen und kognitiven *Response* auf Kunst untersucht. Im Gegensatz zur vorherigen Analyse wurde hier zusätzlich der Bildinhalt mitberücksichtigt, also die Tatsache, ob Menschen in den Kunstwerken dargestellt wurden oder nicht. Dies begründet sich darin, dass sich diese beiden Variablen direkt auf das zwischenmenschliche Sozialverhalten einer Person beziehen. Auch hier erfolgten die Erhebungen der ästhetischen Emotionen anhand der ‚Wörterliste‘ (Ortner, 2010) und der kognitiven Stimulation mittels der Skala *Cognitive Stimulation* des *Art Reception Survey* (Hager et al., 2012).

7.3.2.1 Einfluss der Prosozialität auf die *Response*

Emotionalität. Die Regressionsanalyse mit der Prosozialität als Prädiktor zeigte einen negativen Zusammenhang mit der erlebten Emotionalität bei der Betrachtung von Kunstwerken mit Personendarstellungen ($R^2 = .05$, $F(1,88) = 4.90$, $p = .03$).

Negative Emotionalität. Zudem zeigte sich, dass mit zunehmender Prosozialität sowohl Kunstwerke mit Personendarstellungen ($R^2 = .05$, $F(1,88) = 3.23$, $p = .04$), als auch ohne Personendarstellungen ($R^2 = .04$, $F(1,88) = 4.01$, $p = .05$) weniger ‚negativ‘ beurteilt wurden.

Abstoßend. Auch wurden Kunstwerke, die Personen abbildeten als weniger abstoßend bewertet ($R^2 = .05$, $F(1,88) = 4.61$, $p = .03$).

Die Ergebnisse der übrigen Regressionen mit dem prosozialem Verhalten als Prädiktor waren nicht signifikant. Diese sind in Tabelle A4 zusammengefasst.

7.3.2.2 Einfluss der sozialen Verbundenheit auf die *Response*

Positive Emotionalität. Der Zusammenhang zwischen der sozialen Verbundenheit und den ‚positiven Emotionen‘ war signifikant positiv ($R^2 = .04$, $F(1,88) = 4.06$, $p = .05$). Auch wurden mit zunehmender sozialen Verbundenheit Kunstwerke mit Personendarstellungen positiver erlebt ($R^2 = .04$, $F(1,88) = 4.08$, $p = .05$).

Emotionen der ästhetischen Erfahrung. Zudem zeigte sich ein positiver Zusammenhang zwischen der sozialen Verbundenheit und der erlebten Intensität an Faszination ($R^2 = .06$, $F(1,88) = 5.52$, $p = .02$). Dies galt auch für Kunstwerke mit Personendarstellung ($R^2 = .06$, $F(1,88) = 4.58$, $p = .04$), als auch für jene, ohne Personendarstellung ($R^2 = .06$, $F(1,88) = 5.49$, $p = .02$). Ein ähnliches Ergebnis trat für ‚mitfühlend‘ auf. Je höher die soziale Verbundenheit war, desto ‚mitfühlender‘ wurden die Bilder bewertet ($R^2 = .07$, $F(1,88) = 6.78$, $p = .01$). Dies galt auch für Kunstwerke mit Personendarstellung ($R^2 = .06$, $F(1,88) = 5.26$, $p = .02$), als auch für jene, ohne Personendarstellung ($R^2 = .07$, $F(1,88) = 7.00$, $p = .01$).

Kognitive Emotionen. Auch hier konnte ein positiver Zusammenhang zwischen der sozialen Verbundenheit und dem Interesse an den Bildern gefunden werden ($R^2 = .06$, $F(1,88) = 6.06$, $p = .02$).

Die Ergebnisse der übrigen Regressionen des Prädiktors soziale Verbundenheit sind in Tabelle A3 zusammengefasst.

8 Diskussion

Das Ziel dieser Studie war es, der Frage nachzugehen, ob Kunstwerke als Originale in ihrer Authentizität und durch ihre psychische Nähe zum Künstler emotional intensiver und anregender erlebt werden als deren Reproduktionen oder Nichtkunst. Des Weiteren lag das Forschungsinteresse in der Untersuchung des Einflusses von Empathie, sowie der sozialen Orientierung auf die emotionale und kognitive *Response* bezüglich Kunst. Zusätzlich wurde der Bildinhalt auf Unterschiede in der erlebten Emotion und Stimulation analysiert.

8.1 Beurteilung von Original, Reproduktion und Nichtkunst

Die Ergebnisse der Untersuchungsbedingungen zeigten, dass sich Originale sowie Reproduktionen hinsichtlich der Beurteilung der kognitiven Stimulation deutlich von Nichtkunst unterscheiden. In der Bewertung originaler Kunstwerke wurde die kognitive Stimulation am höchsten eingeschätzt. Doch wurden die Originale nur unerheblich intensiver erlebt als ihre Reproduktionen. Ein ähnliches Ergebnis zeigte sich auch im Zuge der Regressionsanalyse, die in einem weiteren Schritt durchgeführt wurde. Der Zusammenhang zwischen der Untersuchungsbedingung und der erlebten kognitiven Stimulation war signifikant: Die kognitive Stimulation nahm, ausgehend von den Originalen, gefolgt von den Reproduktionen bis hin zur Nichtkunst ab.

In Hinblick auf die Beurteilung positiver und negativer Emotionen konnten keine Unterschiede zwischen den Bedingungen gefunden werden. Allerdings lieferte die Regressionsanalyse einen Hinweis auf einen Zusammenhang zwischen einer positiven Anziehung zum Bild und der Bedingung. Auch zeigte sich hier, dass die Anziehung zu Originalen intensiver erlebt wurde und diese über die beiden anderen Bedingungen hinweg abnahm.

Inwiefern die im Rahmen dieser Studie gefundene Unterschiede zwischen originaler und reproduzierter Kunst auf die psychische Nähe zum Künstler/in

authentischer Kunstwerke zurückzuführend sind, bleibt allerdings im Zuge dieser Ergebnisse offen. Zwar wurden die Studienteilnehmer/innen beider Bedingungen gleichermaßen darum gebeten, sich während der Kunstbetrachtung in ein Museums-Setting zu versetzen. Die Probanden/innen, die originaler Kunst ausgesetzt waren, wurden jedoch darauf aufmerksam gemacht, dass es sich bei den ausgestellten Bildern um Werke handelt, die als Leihgaben von einem Museum und privaten Kunstsammlern zur Verfügung gestellt und nur zum Zwecke dieser Studie an der Fakultät ausgestellt wurden. Obwohl neben dieser Auskunft keine weiteren Informationen zu den Bildern gegeben wurden, ist nicht auszuschließen, dass durch diese Information den Originalen eine höhere Wertigkeit zugeschrieben wurde, wodurch diese in der Folge eventuell als anziehender und anregender beurteilt wurden.

8.2 Kunst als *Prime*

Es wurde untersucht, ob die Auseinandersetzung mit originaler Kunst die Beurteilung folgender Kunstwerke beeinflusst hat. Die Prozessanalyse lieferte keinen signifikanten Hinweis darauf, dass die Konfrontation mit Kunst oder Nichtkunst die nachfolgenden Beurteilungen beeinflusst hätte. Überprüft wurde, ob die gefundenen Unterschiede zwischen Kunst und Nichtkunst hinsichtlich der Beurteilung der kognitiven Stimulation, auch in der Bewertung der 18 Bildkarten eintreten würden.

Die Unterschiede in der Beurteilung der 18 Bildkarten unter Berücksichtigung der Versuchsbedingung waren nicht signifikant. Jedoch traten in allen drei Gruppen signifikante Unterschiede zwischen der ersten und zweiten Erhebung der erlebten Anregung auf. In der Bedingung mit den Originalen, sowie in der Bedingung mit den Reproduktionen nahm die kognitive Stimulation ab während sie in der Nichtkunst-Bedingung zunahm. Interessant daran ist, dass die Beurteilung der 18 Bildkarten in der Nichtkunst-Bedingung zwar nur geringfügig, aber doch höher ausfiel, als in der Reproduktions-Bedingung. Zudem wurde in der Gruppe mit den Originalen, die erlebte Anregung der 18 Bilder, wenn auch nur marginal, intensiver beurteilt, als in den anderen beiden Bedingungen.

Diese beiden Anhaltspunkte könnten durchaus dafür sprechen, dass die Tatsache, ob man Kunst oder Nichtkunst ausgesetzt wurde, Einfluss auf die nachfolgende Beurteilung hatte. Zumal in der Reproduktions-Bedingung, die als

einzigste Versuchsbedingung keinen Stimuliwechsel beinhaltete, die erlebte Anregung der 18 Bildkarten am geringsten empfunden wurde.

8.3 Der Einfluss von Bildinhalt auf die *Response*

Unter Berücksichtigung des Bildinhalts zeigte sich, dass Kunstwerke mit Menschendarstellungen als ‚mitfühlend‘ erlebt wurden und eher zum Nachdenken anregten, als Kunstwerke auf denen keine Menschen abgebildet waren. Dieses Ergebnis würde dafür sprechen, dass Personendarstellungen empathischer erlebt werden, verglichen mit menschenleeren Szenerien.

Es stellt sich somit die Frage, ob die Darstellungen von Menschen allein Einfluss auf das Erleben von Mitgefühl und Nachdenklichkeit hatten oder diese gemeinsam mit anderen Komponenten des Bildinhalts, wie beispielweise Stil und Farbgebung, das empathische Erleben der Probanden/innen beeinflussten. In Hinblick auf die vorliegende Studie sprechen zwei Argumente für die Annahme, dass die Menschendarstellungen allein empathische Prozesse ausgelöst haben könnten.

Zunächst einmal setzte sich die Stichprobe dieser Studie hauptsächlich aus Kunstlaien/innen zusammen; von 91 Probanden/innen waren lediglich 3 Kunstexperten/innen. Hierzu ist anzumerken, dass Kunstlaien/innen bekanntlich, verglichen mit Kunstexperten/innen, vermehrt eine inhaltsbezogene Verarbeitung aufzeigen, die weniger vom Stil abhängig ist. Zudem neigen sie eher dazu, in der Interpretation eines Kunstwerks einen persönlichen Bezugsrahmen zu setzen (Leder et al., 2004). Das würde dafür sprechen, dass im Zuge einer inhaltsbezogenen Interpretation von Emotionen, Menschendarstellungen in Anbetracht ihrer ‚menschlichen Entität‘ mehr Mitgefühl und Nachdenklichkeit zugeschrieben wird, als Darstellungen von Stilleben und Landschaften.

Das zweite Argument greift die Annahme auf, wonach das Einfühlen in Fiktion Menschen empathischer macht (Djikic, Oatley, & Peterson, 2012). Djikic und Oatley (2014) rezensierten Studien über den Einfluss vom Lesen literarischer Fiktion auf die Fähigkeit zu affektiver und kognitiver Empathie und fassen zusammen, dass Literatur, aber auch Kunstformen wie Musik und visuelle Kunst, Menschen beeinflussen, indem sie die dargestellten Menschen nachfühlen und dabei andere Sichtweisen einnehmen.

Daraus kann geschlossen werden: Menschdarstellungen in den Künsten nehmen eine bedeutsame Funktion ein; sie dienen der Reflexion eigener Gefühle und stärken das Verständnis für Andere und sich Selbst (Djicic & Oatley, 2014).

Demzufolge kann angenommen werden, dass die Darstellungen von Menschen allein Einfluss auf das Erleben von Mitgefühl und Nachdenklichkeit hatten. Dies müsste allerdings im Zuge weiterer Studien überprüft werden, um diesen Schluss sicher ziehen zu können.

Zudem wurde untersucht, ob der Abstraktionsgrad die *Response* beeinflusst hat. Es zeigte sich, dass figurative Kunst, in höherem Maße als ‚ergreifend‘ und ‚mitfühlend‘ bewertet wurde, eher zum Nachgrübeln anregte und zudem als ‚kognitiv stimulierender‘ erlebt wurde. Demnach lösten gegenständliche Kunstwerke Emotionen aus, die im Zuge dieser Studie als ‚Emotionen der ästhetischen Erfahrung‘ definiert wurden. Teilweise-figurative Kunst rief wiederum ein höheres Interesse hervor während nicht-figurative Kunst hinsichtlich der ‚negativen Emotionalität‘ intensiver erlebt wurde.

Dieses Ergebnis steht im Einklang mit dem häufig berichteten Befund, dass Kunstlaiken/innen figurative Kunst gegenüber nicht-figurativer bevorzugen (Cupchik & Gebotys, 1988; Leder et al., 2006). Allerdings bezieht sich dieser Befund auf die Gefallensurteile der Betrachter/innen. Die Bewertungen der vorliegenden Studie nehmen Bezug auf die erlebten Emotionen. Die Ergebnisse dieser Studie demonstrieren, dass gegenständliche Kunstwerke, über die Wahrnehmung von Emotionen hinaus, zu einer persönlichen Erfahrung, wie etwa ‚nachgrübelnd‘ und ‚mitfühlend‘, führten. Vermutlich löste die Realitätsnähe dieser Kunstwerke stärker Assoziationen bei den Studienteilnehmer/innen aus, wodurch die Kunstwerke als besonders ‚empathisch‘ erlebt wurden (Konečni, 2015). Demnach erscheint es auch naheliegend, dass es durch die für nicht-figurative Kunst typische Abwesenheit von Narration schwieriger war, Emotionen zu erschließen (Konečni, 2015). Angesichts dieser Tatsache könnte ‚Unklarheit‘ über die dargestellten Emotionen das Erleben von ‚negativer Emotionalität‘ beeinflusst haben. Zumal keine weiterführenden Informationen zu den einzelnen Bildern gegeben wurde, was die Probanden/innen möglicherweise dazu verführt haben könnte, vermehrt auf die zur Auswahl stehenden Emotionen der ‚Wörterliste‘ (Ortner, 2010) zurückzugreifen. Diese war mit 13 negativen Affekten von insgesamt 19 Emotionen deutlich tendenziös.

Das Ergebnis der teilweise-figurativen Kunstwerke ist vereinbar mit Silvias (2005) Ausführung zum Interesse. Im Vergleich zu figurativen Kunstwerken verfügen teilweise-figurative Kunstwerke zumeist über ein höheres Ausmaß an erlebter Komplexität. Gleichzeitig sind diese, verglichen mit nicht-figurativen Kunstwerken leichter zu verarbeiten, wodurch Betrachter/innen weniger beansprucht werden. Dies führt nach Silvia (2006) zu Interesse.

8.4 Der Einfluss von Empathie auf die *Response*

Wie bereits in der Auswertung dargestellt wurde, hatten die Bereitschaft zur empathischen Anteilnahme, sowie die Bereitschaft zur Perspektivenübernahme keinen Einfluss auf die emotionale und kognitive *Response* auf Kunst. Im Gegensatz dazu, zeigte die Bereitschaft, sich in Fiktion zu versetzen einen signifikanten Zusammenhang mit der erlebten Anregung. Dieser Zusammenhang konnte sowohl in der Beurteilung der drei Bilder, welche in den Versuchsbedingungen zu sehen waren, als auch in der Bewertung der 18 Bildkarten festgestellt werden. Mit zunehmender Fiktionsbereitschaft nahm die Tendenz zu, sich näher mit einem Kunstwerk zu beschäftigen, als auch Neugier und Nachdenklichkeit zu verspüren. Ein ähnliches Ergebnis zeigte sich hinsichtlich der ‚Wörterliste‘. Es stellte sich heraus, dass die Fiktionsbereitschaft mit der Tendenz einer Person eher über ein Kunstwerk ‚nachzugrübeln‘ einhergeht. Die vorliegenden Ergebnisse deuten auf eine Beziehung zwischen der Bereitschaft sich in Fiktion zu versetzen und kognitiven Aspekten der Kunstrezeption hin.

Dutton (2003) beschreibt in der Kunst den Gebrauch von Fiktion und die Funktion dieser als eine Quelle des Informationsaustauschs zu fungieren. Zudem nannte er imaginative Erfahrungen als das bedeutendste Merkmal von Kunst. Seinen Ausführungen zufolge, bedeutet es imaginativ zu erfahren, wenn man durch einen imaginativen Akt versucht zu verstehen, wie beispielsweise das Leben im alten Rom gewesen sein könnte. Nach seiner Auffassung ist Kunst vor allem an der Art und Weise erkennbar, wie Imagination von praktischer Bedeutung entkoppelt wird (Dutton, 2003, S. 59).

Die Fähigkeit und Bereitschaft einer Person sich in fiktive Inhalte zu versetzen (*Fantasy*) ist vereinbar mit Duttons (2003) Umschreibung des imaginativen Erlebens.

Die Items zur Erfassung von *Fantasy* beziehen sich konkret auf das Nachfühlen der Emotionen fiktiver Personen in fiktiven Situationen. So wird etwa erfragt, wie sehr eine Person in der Lage ist, Gefühle einer Roman- oder Filmfigur nachzuempfinden. In Anlehnung an diese theoretischen Vorüberlegungen wird die Behauptung aufgestellt: Diese Skala eigne sich ebenfalls zur Erfassung der Bereitschaft, sich in Kunstwerke zu versetzen. Der Einsatz von Fiktion ist ein Kernelement nicht nur in der Literatur, sondern darüber hinaus ein wesentliches Merkmal aller Künste (Dutton, 2003). In Hinblick auf die vorliegende Studie würden die Ergebnisse bedeuten, dass in Abhängigkeit von *Fantasy* kognitive Aspekte ästhetischer Emotionen erfahren werden.

8.5 Der Einfluss der sozialen Orientierung auf die *Response*

Unter Berücksichtigung des prosozialen Verhaltens zeigte sich, dass mit zunehmender Prosozialität die erlebte Emotionalität bei Kunstwerken mit Personendarstellungen abnahm. Es ist hierbei allerdings anzumerken, dass sich die ‚Emotionalität‘ aus Emotionen mit unterschiedlichen Affekten zusammensetzen, weshalb erst unter Einbezug weiterer signifikanter Zusammenhänge eine Auslegung dieser Resultate als sinnvoll erachtet werden kann. Weiterführend wurden mit zunehmender Prosozialität auch Emotionen mit negativem Affekt als weniger intensiv erlebt. Die Ergebnisse deuten auf einen Zusammenhang zwischen dem Ausmaß, in dem eine Person sich selbst als prosozial beschreibt und dem Erleben von negativer Emotionalität hin.

Indessen weisen Studien in Bezug auf das prosoziale Verhalten darauf hin, dass die Prosozialität einer Person auch von ihrem momentanen Gefühlszustand abhängig ist (Bartlett & DeSteno, 2005). So steigt, beispielsweise, in einer positiven Stimmung die Bereitschaft einer Person sich prosozial zu verhalten. (Carlson et al., 1988; Isen & Levin, 1972, zitiert nach Bartlett & DeSteno, 2005).

Aber auch in Hinblick auf die Kunstrezeption wird davon ausgegangen, dass diese abhängig vom momentanen Gefühlszustand ist (Leder et al., 2004). Forgas (1995) beschreibt in seinem *Affect Infusion* Modell, dass die momentane Stimmung einer Person maßgeblich Einfluss auf die Beurteilung von Stimuli nimmt, je anspruchsvoller diese hinsichtlich ihrer Verarbeitung sind. In Anlehnung daran kann erwartet werden, dass auch die Bewertung moderner Kunstwerke durch die aktuelle Stimmung der Rezipienten/innen beeinflusst wird. Somit kann nicht ausgeschlossen

werden, dass der vorliegende Zusammenhang zwischen der Prosozialität und der erlebten negativen Emotionalität durch die Stimmung der Versuchspersonen vermittelt wurde. Zumal die ‚negative Emotionalität‘ nur Emotionen mit eindeutig negativem Affekt umfasst.

Mittels einer Pfadanalyse wäre also weiterführend noch zu klären, ob der vorgefundene Zusammenhang durch die Stimmung beeinflusst wurde. Ein solches Vorgehen war allerdings in der Auswertung dieser Studie nicht umsetzbar, da die momentane Stimmung nicht erhoben wurde.

Zusätzlich wurde untersucht, inwiefern die soziale Verbundenheit einer Person Einfluss auf die *Response* gegenüber Kunst hat. Es zeigte sich, dass mit zunehmender sozialer Verbundenheit die dargebotenen Bildkarten moderner Kunstwerke in höherem Ausmaß als ‚erfreulich‘ und ‚mitfühlend‘ bewertet wurden. Zudem stiegen auch das Interesse und die erlebte Faszination an diesen Bildern an.

Faktoranalytischen Ergebnissen zufolge ist die soziale Verbundenheit ein Konstrukt der Extraversion (Lee et al., 2008). Demnach verfügen extravertierte Menschen über die Tendenz ihrer Umwelt und ihren Mitmenschen nahezustehen. Lee et al. (2008) definieren die soziale Verbundenheit als eine kognitive Struktur bezüglich der Art und Weise, wie Menschen subjektive Erfahrungen einordnen und diese beurteilen. So zeigen sich beispielsweise Personen mit hoher sozialer Verbundenheit toleranter gegenüber Meinungsverschiedenheiten (Baker & Baker, 1987).

Übertragen auf die Resultate dieser Studie könnte der Zusammenhang zwischen der sozialen Verbundenheit und dem Erleben von Interesse, Faszination und Mitgefühl dahingehend ausgelegt werden, dass Probanden/innen mit hoher sozialer Verbundenheit vermutlich aufgeschlossener gegenüber den dargebotenen Kunstwerken und folglich auch empfänglicher für eine ästhetische Erfahrung waren.

8.6 Ausblick

Eingangs wurde beschrieben, dass die vorliegende Studie sich zum Ziel setzte, festzustellen, ob originale Kunstwerke, die Bildinhalte oder Personeneigenschaften die emotionale und kognitive *Response* auf Kunst besser vorhersagen.

Es zeigte sich, dass originale Kunstwerke und ihre Reproduktionen sich hinsichtlich ihrer Beurteilungen kaum voneinander unterschieden. Signifikante Differenzen konnten nur in Bezug auf Nichtkunst gefunden werden. Dieses Ergebnis spricht dafür, dass Originale und ihre Reproduktionen vermutlich ähnlich verarbeitet wurden. Demgegenüber kann dieses Ergebnis ebenso auf den Umstand hinweisen, dass hauptsächlich Kunstlaien/innen an dieser Studie teilgenommen haben. Kunstexperten/innen achten vermehrt auf stilistische Merkmale, wie beispielsweise Farbe und Oberflächenstruktur (Cupchik & Gebotys, 1988). Es ist durchaus denkbar, dass Experten/innen Originale und Reproduktionen verschieden beurteilen, indem sie etwa die Materialität eines Kunstwerkes in ihren Bewertungen berücksichtigen. Es wäre folglich noch zu klären, ob eine Studie mit Kunstexperten/innen ähnliche Resultate erzielen würde.

Hinsichtlich der Prosozialität kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Stimmung der Probanden/innen dazu führte, dass mit zunehmender Prosozialität die ‚negative Emotionalität‘ weniger intensiv erlebt wurde. Im Gegensatz dazu zeigte die soziale Verbundenheit einen Zusammenhang mit dem ‚Erleben von Kunst‘. Hierbei könnten Persönlichkeitseigenschaften, im Sinne der *Big Five*, eine entscheidende Rolle spielen. Was die Fertigkeit zur Fiktion betrifft, zeigte sich, dass diese mit der Bereitschaft ein Kunstwerk ‚kognitiv‘ zu erleben, einhergeht. Dieses Resultat ist dahingehend interessant, dass das Erleben von Kunst mit der Fertigkeit zu kontrafaktischem Denken zusammenhängen könnte.

Die Analyse des Bildinhaltes unter Berücksichtigung von Menschendarstellungen und des Abstraktionsgrads lieferte Hinweise darauf, dass die Versuchspersonen in der Beurteilung wahrgenommener Emotionen eher inhaltsbezogene Kriterien zum Zwecke der Interpretation herangezogen haben.

Zusammenfassend erwies sich keine dieser drei Quellen als ausschlaggebend, um das Erleben von Kunst vorherzusagen. Vielmehr wurde im Zuge dieser Studie deutlich, dass ästhetische Erfahrung aus einem Zusammenspiel von Eigenschaften der Kunstwerke und der situationsbedingten Persönlichkeit des Rezipienten/in entsteht.

9 Literaturverzeichnis

- Almhofer, E. (1988). *Performance Art: Die Kunst zu leben (Kulturstudien)*. Wien, Köln, Graz: Boehlau Verlag.
- Aristoteles. (1982). *Poetik*. Griechisch/Deutsch. M. Fuhrmann (Übers. und Eds.), Stuttgart: Reclam.
- Arnheim, R. (1971). *Art and visual perception*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Baron-Cohen, S. et al. (2001). The 'The Reading the Mind in the Eyes' test revised version: A study with normal adults, and adults with Asperger syndrome or high-functioning autism. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 42, 241-251.
- Barry, C. M., & Wentzel, K. R. (2006). Friend influence on prosocial behavior: The role of motivational factors and friendship characteristics. *Developmental psychology*, 42(1), 153.
- Bartlett, M. Y. & DeSteno D. Gratitude and prosocial behavior: Helping when it costs you. *Psychol.Sci.*17(4), 319-325.
- Belke, B. & Leder, H. (2006). Annahmen eines Modells der ästhetischen Erfahrung aus kognitionspsychologischer Perspektive. *Ästhetische Erfahrung: Gegenstände, Konzepte, Geschichtlichkeit*. Sonderforschungsbereich 626, Berlin.
- Benjamin, W. (1963). Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Reproduzierbarkeit. In W. Benjamin (Eds.), *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie* (7-43), Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Berlyne, D. E., Ogilvie, J. C. & Parham L. C. C. (1968). The dimensionality of visual complexity, interestingness, and pleasantness. *Canad. J. Psychol./Rev. Canad. Psychol.*, 22(5), 376-387.
- Berlyne, D. E. (1971). *Aesthetics and psychology*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Berlyne, D. E. (1974). *Studies in the new experimental aesthetics*. New York: Wiley.
- Berto, R., Massaccesi, S. & Pasini, M. (2008). Do eye movements measured across high and low fascination photographs differ? Addressing Kaplan's fascination hypotheses. *Journal of Environmental Psychology*, 28(2), 185-191.
- Berto, R. et al. (2010). An explanatory study of the effect of high and low fascination environments on attentional fatigue. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 494-500.
- Braswell, G. S. (2006). Sociocultural context for the early development of semiotic production. *Psychological Bulletin*, 132(6), 877-894.
- Brieber, D., Nadal, M., Leder, H., & Rosenberg, R. (2014). Art in time and space: Context modulates the relation between art experience and viewing time. *PLoS ONE*, 9(6), 1–8.
- Brown, S. (2000). Evolutionary models of music: From sexual selection to group selection. In F. Tonneau & N. S. Thompson (Eds.), *Perspectives in Ethology. 13: Behavior, Evolution and Culture* (pp. 231-281). New York: Plenum Publisher.
- Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (1993). Early emotional instability, prosocial behaviour, and aggression: Some methodological aspects. *European Journal of personality*, 7(1), 19-36.
- Caprara, G. V. et al. (2005). A new scale for measuring adults' prosocialness. *European Journal of Personality*, 21(2), 77-89.
- Chatman, S. B. (1978). *Story and discourse: Narrative structure in fiction and film*. Cornell University Press.

- Chatterjee, A. (2003). Prospects for a cognitive neuroscience of visual aesthetics. *Bulletin of Psychology and the Arts*, 4, 55-60.
- Cochrane T. (2015). The difference between emotion and affect. Comment on 'The quartet theory of human emotions: An integrative and neurofunctional model' by S. Koelsch et al. *Physics of Life Reviews*, 13, 43-44.
- Cupchik, G. C. (1994). Emotion in aesthetics: Reactive and reflective models. *Poetics*, 23, 177-188.
- Cupchik, G. C., & Winston, A. S. (1996). Confluence and divergence in empirical aesthetics, philosophy, and mainstream psychology. *Handbook of perception and cognition: Cognitive ecology*, 61-85.
- Currie, G. (2012). Empathy for objects. In A. Coplan & P. Goldie (Eds.), *Empathy: Philosophical and Psychological Perspectives* (82-98). Oxford University Press: Oxford.
- Dean, J. T. (2003). The nature of concepts and the definition of art. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 61(1), 29-35.
- De Smedt, J. & De Cruz, H. (2011). A cognitive approach to the earliest art. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 69(4), 379-389.
- Dissanayake, E. (1992). *Homo Aestheticus. Where Art Comes From And Why*. Toronto: The Free Press.
- Dissanayake, E. (2007). What art is and what art does: An overview of contemporary evolutionary hypotheses. In C. Martindale, P. Locher, & V. Petrov (Eds.), *Evolutionary and neurocognitive approaches to aesthetics, creativity, and the arts* (pp. 1-14). Amityville, NY: Baywood.
- Dissanayake, E. (2009). The Artification Hypothesis and Its Relevance to Cognitive Science, Evolutionary Aesthetics, and Neuroaesthetics. *Cognitive Semiotics*, 5(1), 148-173.

- Djikic, M. & Oatley, K. (2014). The art in fiction: From indirect communication to changes of the self. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 8(4), 498-505.
- Dodell-Feder, D., Lincoln, S. H., Coulson, J. P. & Hooker, C. I. (2013). Using fiction to assess mental state understanding: A new task for assessing theory of mind in adults. *PLoS ONE*, 8(11), 1-14.
- Ducasse, C. J. (1964). Art and the language of the emotions. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 23(1), 109-112.
- Dutton, D. (2003). Aesthetics and Evolutionary Psychology. In J. Levinson (Eds.) *The Oxford Handbook of Aesthetics*. New York: Oxford University Press.
- Eisenberg, N. et al. (1996). The Relations of Children's Dispositional Prosocial Behavior to Emotionality, Regulation, and Social Functioning. *Child Development*, 67(3), 974-992.
- Feldman-Barrett L. (2006). Solving the emotion paradox: Categorization and the experience of emotion. *Personality and Social psychology Review*, 10(1), 20-46.
- Feldman-Barrett L., Bar, M. (2009). See it with feeling: Affective predictions during object perception. *Phil. Trans. R. Soc. B*, 364(1521), 1325-1334.
- Frijda, N. H., & Sundararajan, L. (2007). Emotion refinement: A theory inspired by Chinese poetics. *Perspectives on Psychological Science*, 2(3), 227-241.
- Frijda, N. H. (2009). On the nature and function of pleasure. In K. Berridge & M. Kringelbach (Eds.) *Pleasures of the Brain: The neural basis of sensory rewards* (99-112). Oxford: Blackwell.
- Fröhlich, W. D. (2005). *Wörterbuch Psychologie*. Deutscher Taschenbuch Verlag (dtv): München.
- Gabrielsson A. (2002). Emotion perceived and emotion felt: Same or different? *Musicae Scientiae, Special issue 2001-2002*, 123-147.

- Giesebrecht, J. M. (2012). Ästhetische Empathie – Ein Einblick in die Beziehung zwischen Künstler und Rezipienten/innen. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Universität, Wien.
- Hagen, E. H. & Bryant, G. A. (2003). Music and dance as a coalition signaling system. *Human Nature*, 14(1), 21-51.
- Hager, M., Hagemann, D., Danner, D. & Schankin, A. (2012). Assessing aesthetic appreciation of visual artworks - The construction of the art reception survey (ARS). *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(4), 320-333.
- Hoaglin, D. C., Iglewicz, B., & Tukey, J. W. (1986). Performance of some resistant rules for outlier labeling. *Journal of the American Statistical Association*, 81(396), 991-999.
- Humphrey, K. & Underwood, G. (2010). The potency of people in pictures: Evidence from sequences of eye fixations. *Journal of Vision*, 10(19), 1-10.
- James, W. (1884). What is emotion? *Mind*, 9, 188-204.
- Koelsch, S. et al. (2015). The quartet theory of human emotions: An integrative and neurofunctional model. *Physics of Life Reviews*, 13, 1-27.
- Kubovy, M. (1999). On the pleasures of the mind. *Well-being: The foundations of hedonic psychology*, 134-154.
- Kuchinke, L., Trapp, S. & Leder, H. (2009). Pupillary responses in art appreciation: Effects of aesthetic emotions. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 3(3), 156-163.
- Leder, H., Gernot, G. & Schabmann, A. (2012). How art is appreciated. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(1), 2-12.
- Leder, H., Ring, A. & Dressler, S. G. (2013). See me, feel me! Aesthetic Evaluations of art portraits. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 7(4), 358-369.

- Leder, H., Markey, P. S. & Pelowski, M. (2015). Aesthetic emotions to art – What they are and what makes them special. Comment on 'The quartet theory of human emotions: An integrative and neurofunctional model' by S. Koelsch et al. *Physics of Life Reviews*, 13, 67-70.
- Lee, R. M. & Robbins, S. B. (1995). Measuring belongingness: The social connectedness and the social assurance scales. *Journal of Counseling Psychology*, 42(2), 310-318.
- Lee, R. M. & Robbins, S. B. (1998). The relationship between social connectedness and anxiety, self-esteem, and social identity. *Journal of Counseling Psychology*, 45(3), 338-345.
- Lee, R. M., Draper, M. & Lee, S. (2001). Social connectedness, dysfunctional interpersonal behaviors, and psychological distress: Testing a mediator model. *Journal of Counseling Psychology*, 48(3), 232-241.
- Lee, R. M. et al. (2008). Social connectedness, extraversion, and subjective well-being: Testing a mediator model. *Personality and Individual Differences*, 45(5), 414-419.
- Locher, P. J., Smith, L. F., & Smith, J. K. (1999). Original paintings versus slide and computer reproductions: A comparison of viewer responses. *Empirical Studies of the Arts*, 17(2), 121–129.
- Locher, P., Krupinski, E., & Schaefer, A. (2015). Art and authenticity: Behavioral and eye-movement analyses. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 9(4), 356.
- Loersch, C. & Arbuckle, N. L. (2013). Unraveling the mystery of music: Music as an evolved group process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(5), 777-798.
- Marković, S. (2010). Aesthetic Experience and the emotional content of paintings. *PSIHOLOGIJA*, 43(1), 47-69.
- Marković, S. (2012). Components of aesthetic experience: Aesthetic fascination, aesthetic appraisal, and aesthetic emotion. *I-Perception*, 3(1), 1-17.

- McHahon, J. A. (2003). Perceptual constraints and perceptual schemata: The possibility of perceptual style. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 61(3), 259-272.
- Melchionne, K. (2010). On the old saw 'I know nothing about art but I know what I like'. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 68(2), 131-141.
- Mikulincer, M., Shaver, P. R., Gillath, O., & Nitzberg, R. A. (2005). Attachment, caregiving, and altruism: boosting attachment security increases compassion and helping. *Journal of personality and social psychology*, 89(5), 817.
- Nadal et al., (2008). Towards a framework for the study of the neural correlates of aesthetic preference. *Spatial Vision*, 21, 379-396.
- Nelson, T. D. (1999). Motivational bases of prosocial and altruistic behavior: A critical reappraisal. *Journal of Research*, 4(1), 23-31.
- Newman, G. E., & Bloom, P. (2012). Art and authenticity: The importance of originals in judgments of value. *Journal of Experimental Psychology*, 141, 558–569.
- Ochsner, K. N. et al. (2002). Rethinking feelings: An fMRI study of the cognitive regulation of emotions. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 14(8), 1215-1229.
- Ortner, K. S. (2010). Die emotionale Wirkung moderner Kunst. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Universität, Wien.
- Panagl, M. (2011). Moderne Kunst als Auslöser von Emotion. fEMG Effekte emotionaler Verläufe in der Kunstwahrnehmung. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Universität, Wien.
- Parson, M. J. (1987). *How we understand art: A cognitive developmental account of aesthetic experience*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Paulus, C. (2009). Der Saarbrücker Persönlichkeitsfragebogen SPF (IRI) zur Messung von Empathie. Psychometrische Evaluation der deutschen Version des Interpersonal Reactivity Index. Retrieved September 1, 2014, from: http://bildungswissenschaften.unisaarland.de/personal/paulus/homepage/files/SPF-IRI-_V6.1.pdf.

- Paulus, M. et al. (2014). Social understanding and self-regulation predict pre-schoolers' sharing with friends disliked peers: A longitudinal study, *International Journal of Behavioural Development*, 1-12.
- Penzel, J. (2007). *Der Betrachter/innen ist im Text: Konversations- und Lesekultur in deutschen Gemäldegalerien zwischen 1700 und 1914*. (Vol. 13). LIT Verlag Münster.
- Perlovsky, L. (2015). Aesthetic emotion goals. Comment on 'The quartet theory of human emotions: An integrative and neurofunctional model' by S. Koelsch et al. *Physics of Life Reviews*, 13, 80-82.
- Poggioli, R. (2004). Avant-Garde of what? : Surrealism reconceived as political culture. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 62(1), 37-49.
- Polzella, D. J., Forbis, J. S. (2014). Relationships between traditional music audience participation and pro-social behaviors. *Empirical Studies of the Arts*, 32(1), 109-120.
- Ramey, C. H. (2007). Culture as extended mind and body. *Journal of Theoretical and Philosophical psychology*, 27(2), 146-169.
- Richards, R. A. (2004). A fitness model of evaluation. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 62(3), 263-275.
- Ricko, E. F., Anderson, N. F., Lanthier, S. & Kingstone, A. (2011). Curious eyes: Individual differences in personality predict eye movement behavior in scene-viewing. *Cognition*, 122, 86-90.
- Robinson, J. (2005). A mechanic view of the Expression and Experience of emotion in the arts. *Deeper than reason: Emotion and its role in literature, music and art*. Oxford: Oxford University Press, 516-523.
- Rollins, M. (2001). The invisible content of visual art. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 59(1), 19-27.

- Scherer, K. R. (2004). Which emotions can be induced by music? What are the underlying mechanisms? And how can we measure them? *Journal of New Music Research*, 33(3), 239-251.
- Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44(4), 695-729.
- Scherer, K. & Zentner, M. (2001). Emotional effect of music: Production rules. In P. N. Juslin & J. A. Sloboda (Hrsg.), *Music and emotions: Theory and research* (pp. 361-392). New York: Oxford University Press.
- Silvia, P.J. (2005a). Cognitive appraisals and interest in visual art: Exploring an appraisal theory of aesthetic emotions. *Empirical studies of the Arts*, 23(2), 119-133.
- Silvia, P.J. (2005b). Emotional responses to art: From collation and arousal to cognition and emotion. *Review of General Psychology*, 9(4), 342-357.
- Silvia, P. J. & Brown, E. M. (2007). Anger, disgust, and the negative aesthetic emotions: Expanding an appraisal model of aesthetic experience. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 1(2), 100-106.
- Silvia, P. J. (2008). Interest - The curious emotion. *Current Directions in Psychological Science*, 17(1), 57-60.
- Silvia, P. J. (2009). Looking past pleasure: Anger, confusion, disgust, pride, surprise, and other unusual aesthetic emotions. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 3(1), 48-51.
- Silvia, P. J. & Nusbaum, E. C. (2011). On personality and piloerection: Individual differences in aesthetic chills and other unusual aesthetic experiences. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(3), 100-106.
- Silvia, P. J. (2010). Confusion and interest: The role of knowledge emotions in aesthetic experience. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 4(2), 75-80.

- Smith, J. K. (2014). Art as mirror: Creativity and communication in aesthetics. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 8(1), 110-118.
- Tinio, P. P. L. (2013). From artistic creation to aesthetic reception: The mirror model of art. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 7(3), 265-275.
- Tschacher, W., Kirchberg, V., Van den Bergen, K., Greenwood, S., Wintzerith, S. & Tröndle, M. (2012). Physiological correlates of aesthetic perception of artworks in a museum. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(1), 96-103.
- Van Paasschen, J., Bacci, F. & Melcher, D. P. (2015). The influence of art expertise and training on emotion and preference ratings for representational and abstract artworks. *PLoS ONE*, 10(8), 1-21.
- Vellante, M., Baron-Cohen, S., Melis, M., Marrone, M., Petretto, D. R., Masala, C. & Preti, A. (2013). The 'Reading the Mind in the Eyes' test: Systematic review of psychometric properties and a validation study in Italy. *Cognitive Neuropsychiatry*, 18(4), 326-354.
- Von Drahen, D. (1992). Kunst als Überwindung von Kunst. In L. Romain & D. Bluemler (Hrsg.), *Künstler, Kritisches Lexikon der Gegenwartskunst* (pp. 3). München: WB.
- Welleditsch, D. (2010). Ästhetische Emotionen und Kunstexpertise. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Universität, Wien.
- Whittaker, S. S. (2008). Investigation of Social Connectedness in a College Population and its Relationship to Perceived Stress and Health Syndroms. UNF Theses and Dissertations, Paper 314.
- Wolz, S., & Carbon, C. C. (2014). What's wrong with an art fake? Cognitive and emotional variables influenced by authenticity status of artworks. *Leonardo*, 47, 467– 473.
- Wöllner, C. (2012). Is empathy related to the perception of emotional expression in music? A multimodal time-series analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(3), 214.

Zentner, M., Grandjean, D. & Scherer, K. R. (2008). Emotions evoked by the sound of music: Characterization, classification, and measurement. *Emotion*, 8(4), 494-521.

10 Appendix

A. Tabellen- und Abbildungen

Abbildung A1

Tabellarische Darstellung des Ablaufs einschließlich der erhobenen Variablen.

I. Betrachtung von Original, Reproduktion oder Nichtkunst (Dauer: 5 Min.)	
<i>Cognitive Stimulation</i>	ARS (Hager et al., 2012)
<i>Positive Attraction</i>	
<i>Negative Emotionality</i>	
Empathie und Fiktionsbereitschaft	SPf (Paulus, 2009)
Prosozialität	Caprara et al. (2005)
Soziale Verbundenheit	Lee et al. (2001)
II. Vorgabe der 18 Bildkarten	
<i>Cognitive Stimulation</i>	ARS (Hager et al., 2012)
Emotionalität	Wörterliste ästhetischer Emotionen (Ortner, 2010)
Positive Emotionalität	
Negative Emotionalität	
Kognitive Emotionen	
Emotionen der ästhetischen Erfahrung	
III. Vorgabe des Reading the Mind in the Eyes-Tests (Baron-Cohen, 2001)	

Tabelle A1

Tukey HSD Vergleich der kognitiven Stimulation in den Bedingungen.

<i>Bedingung</i>	<i>Bedingung</i>	<i>MD</i>	<i>SE</i>	<i>95% CI</i>	
				<i>LowerBound</i>	<i>UpperBound</i>
Kunst	Reproduktion	.14	.19	-.31	.59
	Nichtkunst	.80*	.19	.35	1.26
Reproduktion	Kunst	-.14	.19	-.59	.31
	Nichtkunst	.66*	.19	.21	1.11
Nichtkunst	Kunst	-.80*	.19	-1.26	-.35
	Reproduktion	-.66*	.19	-1.11	-.21

Note. Statistical significance: *p < .05.

Tabelle A2

*Zusammenfassung der Ergebnisse der linearen Regression des Prädiktors
'Fantasy'.*

<i>Abhängige Variable</i>	<i>R</i>	<i>R²</i>	<i>B</i>	<i>SE B</i>	<i>β</i>	<i>t</i>
Kognitive Stimulation	.26	.07	.06	.02	.26*	2.54
Emotionalität	.07	.01	.05	.07	.07	.69
Negative Emotionalität	.09	.01	-.03	.04	-.09	-.89
Positive Emotionalität	.05	.00	-.02	.03	-.05	-.49
Kognitive Emotion						
Interessiert	.06	.00	.03	.05	.07	.61
Nachgrübelnd	.24	.06	.12	.05	.24*	2.33
Ästhetisches Erleben						
Fasziniert	.04	.00	.02	.05	.04	.34
Mitfühlend	.14	.02	.06	.04	.14	1.88
Ergreifend	.12	.01	.05	.05	.12	1.37

Note. Statistical significance: *p < .05.

Tabelle A3

Zusammenfassung der Ergebnisse der linearen Regression des Prädiktors ‚soziale Verbundenheit‘.

Abhängige Variable	Gesamt				Person				No Person			
	B	SE	β	R ²	B	SE	β	R ²	B	SE	β	R ²
Kognitive Stimulierung	.38	.27	.15	.02	-.15	.31	-.05	.00	.15	.31	.16	.00
Emotionalität	.59	.77	.08	.01	-.08	.45	-.02	.00	-1.13	1.12	.11	.01
Positive Emotionen	.76	.38	.21*	.04	.75	.37	.21*	.04	.80	.43	.20	.04
Negative Emotionen	.48	.43	.12	.01	.47	.47	.11	.01	.44	.41	.11	.01
Abstoßend	.71	.39	.19	.04	.73	.49	.16	.02	.54	.34	.17	.03
Kognitive Emotion												
Interessiert	1.39	.57	.25*	.06	.43	.63	.07	.01	.72	.62	.12	.02
Nachgrübelnd	.64	.61	.11	.01	.79	.63	.13	.02	.49	.63	.08	.01
Ästhetische Erfahrung												
Ergreifend	.69	.53	.14	.02	.70	.56	.13	.02	.67	.56	.13	.02
Fasziniert	1.38	.59	.24*	.06	1.38	.64	.22*	.06	1.37	.59	.24*	.06
Mitfühlend	1.24	.48	.27*	.07	1.18	.51	.24*	.06	1.31	.50	.27*	.07

Note. Statistical significance: *p < .05.

Tabelle A4

Zusammenfassung der Ergebnisse der linearen Regression des Prädiktors ‚Prosozialität‘.

Abhängige Variable	Gesamt				Person				No Person			
	B	SE	β	R ²	B	SE	β	R ²	B	SE	β	R ²
Kognitive Stimulierung	.24	.14	.17	.03	.09	.16	.06	.00	.10	.15	.07	.00
Emotionalität	-.78	.41	-.20	.04	-.52	.24	-.23*	.05	-1.01	.60	-.18	.03
Positive Emotionen	-.20	.20	-.10	.01	-.02	.21	-.01	.00	-.12	.23	-.05	.00
Negative Emotionen	-.43	.23	-.19	.04	-.51	.25	-.21*	.05	-.44	.22	-.21*	.04
Abstoßend	-.36	.21	-.18	.03	-.56	.26	-.22*	.05	-.13	.19	-.07	.01
Kognitive Emotion												
Interessiert	.04	.32	.01	.00	.11	.34	.03	.00	.02	.33	.01	.00
Nachgrübelnd	-.12	.33	-.04	.00	-.25	.34	-.08	.01	-.47	.34	-.15	.01
Ästhetische Erfahrung												
Ergreifend	-.27	.29	-.10	.01	-.23	.31	-.08	.01	-.32	.30	-.11	.01
Fasziniert	-.12	.33	-.04	.00	-.07	.36	-.02	.00	-.17	.33	-.05	.00
Mitfühlend	-.12	.27	-.05	.00	-.14	.29	-.05	.00	-.10	.28	-.04	.00

Note. Statistical significance: *p < .05.

Tabelle A5

Zusammenfassung der Ergebnisse der Paired t-Tests: Personendarstellungen vs. Sonstiges.

	Person	No Person	
	Mean (SD)	Mean (SD)	t
Emotionalität	1.86 (1.10)	3.43 (2.74)	-7.82**
Negative Emotionen	1.74 (1.16)	1.26 (1.00)	8.21**
Abstoßend	1.52 (1.21)	.69 (.84)	8.31**
Positive Emotionen	.99 (.93)	1.63 (1.06)	-8.01**
Kognitive Emotionen			
Interessiert	2.77 (1.51)	2.62 (1.50)	1.46
nachgrübelnd	2.68 (1.50)	2.36 (1.54)	3.36**
Ästhetische Erfahrung			
Ergreifend	2.08 (1.38)	1.92 (1.37)	1.52
Fasziniert	2.30 (1.61)	2.27 (1.47)	.79
Mitfühlend	1.87 (1.29)	1.57 (1.25)	3.52**
Kognitive Stimulierung	3.14 (.74)	2.97 (.68)	3.19**

Note: Statistical significance *p < .05, **p < .01.

Tabelle A6
Zusammenfassung der Ergebnisse der einfaktoriellen ANOVA mit Messwiederholung mit Bonferroni Korrektur

	MD (SE)		95% CI		MD (SE)		95% CI		MD (SE)		95% CI	
	G vs. TW	Lower Bound	Upper Bound		G vs. A	Lower Bound	Upper Bound		TW vs. A	Lower Bound	Upper Bound	
Emotionalität	-2.65* (.29)	-3.23	-2.07		.05 (.05)	-.05	.16		2.70* (.28)	2.15	3.26	
Negative Emotionen	.08 (.06)	-.07	.24		-.31* (.08)	-.50	-.12		-.39* (.06)	-.54	-.24	
Abstoßend	-.11 (.09)	-.28	.05		-.19 (.11)	-.41	.02		-.08 (.09)	-.27	.11	
Positive Emotionen	-.74* (.10)	-.97	-.51		-.28* (.09)	-.50	-.06		.46* (.08)	.27	.65	
Kognitive Emotionen												
Interessiert	.06 (.11)	-.20	.32		.34 (.14)	.00	.69		.28* (.12)	.00	.56	
Nachgrübelnd	.69* (.10)	.43	.94		.89* (.13)	.56	1.19		.19 (.10)	-.06	.44	
Ästhetische Erfahrung												
Ergreifend	.22* (.09)	.01	.44		.35* (.10)	.10	.60		.12 (.10)	-.12	.37	
Fasziniert	-.07 (.09)	-.34	.19		.06 (.14)	-.29	.41		.13 (.12)	-.15	.42	
Mitfühlend	.39* (.09)	.17	.61		.93* (.12)	.63	1.22		.53* (.12)	.23	.83	
Kognitive Stimulierung	.25* (.05)	.13	.37		.34* (.07)	.16	.51		.09 (.06)	-.05	.23	

Note. G: gegenständliche Kunst. TW: teilweise abstrakte Kunst. A: abstrakte Kunst. Statistical significance: *p < .05.

Tabellen

Tabelle 1: *Mittelwerte (und Standardabweichungen) der drei Bedingungen.*

Tabelle 2: *Vergleich der Bedingungen auf der Skala ‚Positive Attraktion‘, ‚Negative Emotionality‘ und ‚Cognitive Stimulation‘.*

Tabelle 3: *Zusammenfassung der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der abhängigen Variable ‚Positive Attraction‘ (N=88).*

Tabelle 4: *Zusammenfassung der hierarchischen Regressionsanalyse zur Vorhersage der abhängigen Variable ‚Cognitive Stimulation‘ (N=88).*

Tabelle 5: *Zusammenfassung der hierarchischen Regressionsanalyse: Untersuchung des Zusammenhangs zwischen der abhängigen Variable ‚Cognitive Stimulation‘ und den Prädiktoren ‚Fantasy‘, ‚Perspective Taking‘ und ‚Empathic Concern‘ (N=88).*

Tabelle A1: *Tukey HSD Vergleich der kognitiven Stimulation in den Bedingungen.*

Tabelle A2: *Zusammenfassung der Ergebnisse der linearen Regression des Prädiktors ‚Fantasy‘.*

Tabelle A3: *Zusammenfassung der Ergebnisse der linearen Regression des Prädiktors ‚soziale Verbundenheit‘.*

Tabelle A4: *Zusammenfassung der Ergebnisse der linearen Regression des Prädiktors ‚Prosozialität‘.F*

Tabelle A5: *Zusammenfassung der Ergebnisse der Paired t-Tests: Personendarstellungen vs. Sonstiges.*

Tabelle A6: *Zusammenfassung der Ergebnisse der einfaktoriellen ANOVA mit Messwiederholung mit Bonferroni-Korrektur.*

Abbildungen

Abbildung 1: *Modell ästhetischer Erfahrung. Entnommen aus ‚Annahmen eines Modells der ästhetischen Erfahrung aus kognitionspsychologischer Perspektive‘ von Belke B. & Leder H. in: Sonderforschungsbereich 626 (Hrg.): Ästhetische Erfahrung: Gegenstände, Konzepte, Geschichtlichkeit, Berlin 2006.*

Abbildung 2: *Kunstwerke der Bedingung mit Originalen, sowie der Bedingung mit Reproduktionen.*

Abbildung 3: *Bilder der dritten Bedingung.*

Abbildung 4: *Mittelwerte der Ratings zu ‚Cognitive Stimulation‘ von Original/Reproduktion/Nichtkunst und zu ‚Cognitive Stimulation‘ der 18 Bildkarten unter Berücksichtigung der Bedingung.*

Abbildung 5: *Mittelwerte der Ratings zu CS der Bildklasse und CS der 18 Bilder je nach Bedingung*

Abbildung A1: *Tabellarische Darstellung des Ablaufs einschließlich der erhobenen Variablen.*

Code ____

Fragebogen

Sie hatten nun einige Minuten Zeit drei Kunstwerke auf sich wirken zu lassen. Wir bitten Sie nun einige Fragen zu den Kunstwerken, die sie gerade betrachtet haben, zu beantworten. Bitte füllen Sie den vorliegenden Fragebogen vollständig aus. Es gibt dabei keine „richtigen“ oder „falschen“ Antworten.

Bei Unklarheiten wenden Sie sich bitte an die Versuchsleiterin.

Wir danken Ihnen bereits jetzt für Ihre Mitarbeit und Ihre ehrliche Beantwortung der Fragen!



Kunstwerk A

Nachfolgend sehen Sie eine Reihe von Feststellungen, die Ihre persönliche Einstellung zu dem Kunstwerk (A) beschreiben. Bitte lesen Sie sich die Aussagen aufmerksam durch und geben Sie an, in welchem Ausmaß diese auf Sie zutreffen. Wenn Sie sich nicht sicher sind, dann kreuzen Sie bitte an, was am ehesten auf Sie zutrifft. Bitte markieren Sie Ihre Antwort durch ein Kreuz (je größer die Zahl 1-5, desto höher ist Ihre Zustimmung).

Die Abstufungen reichen von 1 = Trifft gar nicht zu ... bis 5 = Trifft voll zu.

	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Weder noch	Trifft eher zu	Trifft voll zu
1. Ich könnte mir vorstellen eine große Geldsumme für dieses Kunstwerk zu bezahlen, um es zu kaufen.	1	2	3	4	5
2. Das Bild ist wunderschön.	1	2	3	4	5
3. Das Bild ist ansprechend.	1	2	3	4	5
4. Der Inhalt dieses Bildes bleibt mir verborgen.	1	2	3	4	5
5. Das Bild macht mir Angst.	1	2	3	4	5
6. Ich kann das Bild mit seinem kunsthistorischen Kontext in Verbindung bringen.	1	2	3	4	5
7. Die Komposition des Bildes ist von hoher Qualität.	1	2	3	4	5
8. Das Bild ist sehr innovativ.	1	2	3	4	5
9. Das Bild beunruhigt mich.	1	2	3	4	5
10. Ich kenne dieses Bild.	1	2	3	4	5
11. Das Bild spiegelt meinen emotionalen Zustand wider.	1	2	3	4	5

	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Weder noch	Trifft eher zu	Trifft voll zu
12. Das Bild stößt mich ab.	1	2	3	4	5
13. Ich habe eine Vorstellung davon, was der Künstler mit dem Bild vermitteln möchte.	1	2	3	4	5
14. Das Bild zeugt von großer Kreativität.	1	2	3	4	5
15. Das Bild begeistert mich.	1	2	3	4	5
16. Das Bild inspiriert mich.	1	2	3	4	5
17. Es ist spannend, über das Bild nachzudenken.	1	2	3	4	5
18. Ich würde gerne mehr über den Hintergrund des Bildes erfahren.	1	2	3	4	5
19. Es macht Spaß, sich mit dem Bild auseinanderzusetzen.	1	2	3	4	5
20. Das Bild macht mich traurig.	1	2	3	4	5
21. Durch das Bild fühle ich mich einsam.	1	2	3	4	5
22. Ich kann das Bild einem bestimmten Künstler zuordnen.	1	2	3	4	5
23. Ich kann das Bild mit meiner eigenen Biographie in Verbindung bringen.	1	2	3	4	5
24. Die Machart dieses Bildes ist faszinierend.	1	2	3	4	5
25. Dieses Bild ist mit persönlichen Erinnerungen verknüpft.	1	2	3	4	5
26. Das Bild regt zum Nachdenken an.	1	2	3	4	5
27. Das Bild macht mich neugierig.	1	2	3	4	5
28. Das Bild regt mich an, über meine eigene Lebensgeschichte nachzudenken.	1	2	3	4	5

Nachfolgend sehen Sie eine Reihe von Aussagen, die beschreiben wie Sie sich selbst sehen. Bitte lesen Sie sich die Aussagen aufmerksam durch und geben Sie an, in welchem Ausmaß diese auf Sie zutreffen. Wenn Sie sich nicht sicher sind, dann kreuzen Sie bitte an, was am ehesten auf Sie zutrifft und lassen Sie keine Frage aus.

Die Abstufungen reichen von 1 = Trifft gar nicht zu ... bis 6 = Trifft voll zu.

	Trifft gar nicht zu	Trifft nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft zu	Trifft voll zu
1. Ich fühle mich in der Anwesenheit von Fremden wohl.	1	2	3	4	5	6
2. Ich bin mit der Welt im Einklang.	1	2	3	4	5	6
3. Selbst unter meinen Freunden gibt es kein Gefühl von Brüderlichkeit.	1	2	3	4	5	6
4. Ich passe mich neuen Situationen gut an.	1	2	3	4	5	6
5. Ich fühle mich den Menschen nahe.	1	2	3	4	5	6
6. Ich fühle mich mit meiner Umwelt nicht verbunden.	1	2	3	4	5	6
7. Selbst unter Leuten, die ich kenne habe ich das Gefühl nicht wirklich dazuzugehören.	1	2	3	4	5	6
8. Ich empfinde Menschen als freundlich und zugänglich.	1	2	3	4	5	6
9. Ich fühle mich als Außenseiter.	1	2	3	4	5	6
10. Ich fühle mich verstanden von den Menschen, die ich kenne.	1	2	3	4	5	6
11. Ich fühle mich den Menschen fern.	1	2	3	4	5	6
12. Ich kann mit Kollegen/Gleichaltrigen Beziehungen aufbauen.	1	2	3	4	5	6
13. Bei meinen Kollegen/Gleichaltrigen habe ich ein geringes Zusammengehörigkeitsgefühl.	1	2	3	4	5	6
14. Ich bringe mich aktiv ins Leben anderer ein.	1	2	3	4	5	6
15. Ich ertappe mich dabei, ein Gefühl der Verbundenheit zur Gesellschaft zu verlieren.	1	2	3	4	5	6
16. Ich kann mit anderen Menschen in Beziehung treten.	1	2	3	4	5	6
17. Ich sehe mich als Einzelgänger.	1	2	3	4	5	6

	Trifft gar nicht zu	Trifft nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft zu	Trifft voll zu
18. Ich fühle mich den meisten Menschen nicht nahe.	1	2	3	4	5	6
19. Meine Freunde sind für mich wie eine Familie.	1	2	3	4	5	6
20. Ich fühle mich keiner Person oder Gruppe zugehörig.	1	2	3	4	5	6

Kreuzen Sie bitte jeweils bei jeder Frage die Antwort an, die am ehesten auf Sie zutrifft. Wenn Sie sich nicht sicher sind, dann kreuzen Sie bitte an, was am ehesten auf Sie zutrifft und lassen Sie keine Frage aus.

Die Abstufungen reichen von 1 = Fast nie ... bis 5 = Fast immer.

	Fast nie	Eher selten	Manchmal	Relativ oft	Fast immer
1. Es gefällt mir, meinen Freunden/-innen und Kollegen/-innen bei ihren Tätigkeiten zu helfen.	1	2	3	4	5
2. Ich teile die Dinge, die ich habe, mit meinen Freunden.	1	2	3	4	5
3. Ich versuche, anderen zu helfen.	1	2	3	4	5
4. Ich stehe als freiwillige/-r Helfer/-in für diejenigen zur Verfügung, die hilfsbedürftig sind.	1	2	3	4	5
5. Ich fühle mit hilfsbedürftigen Menschen mit.	1	2	3	4	5
6. Leuten, die in Not sind, helfe ich sofort.	1	2	3	4	5
7. Ich tue was ich kann, um anderen dabei zu helfen, nicht in Schwierigkeiten zu geraten.	1	2	3	4	5
8. Ich fühle intensiv, was andere fühlen.	1	2	3	4	5
9. Ich bin gewillt, mein Wissen und meine Fähigkeiten anderen zur Verfügung zu stellen.	1	2	3	4	5
10. Ich versuche diejenigen zu trösten, die traurig sind.	1	2	3	4	5
11. Ich verleihe schnell Geld oder andere Sachen.	1	2	3	4	5
12. Ich versetze mich gerne in die Situation von Menschen hinein, denen es schlecht geht.	1	2	3	4	5

	Fast nie	Eher selten	Manchmal	Relativ oft	Fast immer
13. Ich versuche denen, die hilfsbedürftig sind, nahe zu stehen und mich um sie zu kümmern.	1	2	3	4	5
14. Ich lasse Freunden/-innen gerne an guten Möglichkeiten die sich mir bieten teilhaben.	1	2	3	4	5
15. Ich verbringe Zeit mit jenen Freunden/-innen, die einsam sind.	1	2	3	4	5
16. Ich erkenne es auf der Stelle, wenn es einem/einer meiner Freunde/-innen schlecht geht, auch wenn es mir nicht direkt mitgeteilt wird.	1	2	3	4	5

Sie werden jetzt eine Reihe von Aussagen lesen, die jeweils bestimmte (verallgemeinerte) menschliche Eigenschaften oder Reaktionen beschreiben, die alle etwas mit Gefühlen zu tun haben. Bitte kennzeichnen Sie dann auf der 5-Punkte-Skala, inwieweit diese Aussage auf Sie zutrifft; je höher die Zahl, desto höher die Zustimmung. Vielleicht fällt Ihnen auch zu der einen oder anderen allgemeinen Beschreibung ein konkretes Erlebnis ein. Es gibt dabei keine richtigen oder falschen Antworten.

Die Abstufungen reichen von 1 = Trifft gar nicht zu ... bis 5 = Trifft voll zu.

	Trifft gar nicht zu	Trifft nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft zu
1. Ich empfinde warmherzige Gefühle für Leute, denen es weniger gut geht als mir.	1	2	3	4	5
2. Die Gefühle einer Person in einem Roman kann ich mir sehr gut vorstellen.	1	2	3	4	5
3. In Notfallsituationen fühle ich mich ängstlich und unbehaglich.	1	2	3	4	5
4. Ich versuche, bei einem Streit zuerst beide Seiten zu verstehen, bevor ich eine Entscheidung treffe.	1	2	3	4	5
5. Wenn ich sehe, wie jemand ausgenutzt wird, glaube ich, ihn schützen zu müssen.	1	2	3	4	5
6. Ich fühle mich hilflos, wenn ich inmitten einer sehr emotionsgeladenen Situation bin.	1	2	3	4	5
7. Nachdem ich einen Film gesehen habe, fühle ich mich so, als ob ich eine der Personen aus diesem Film sei.	1	2	3	4	5
8. In einer gespannten emotionalen Situation zu sein, beängstigt mich.	1	2	3	4	5
9. Ich bin oft ziemlich berührt durch Dinge, die vor meinen Augen passieren.	1	2	3	4	5
10. Ich glaube, jedes Problem hat zwei Seiten und versuche deshalb beide zu berücksichtigen.	1	2	3	4	5
11. Ich würde mich selbst als eine ziemlich weichherzige Person bezeichnen.	1	2	3	4	5
12. Wenn ich einen guten Film sehe, kann ich mich sehr leicht in die Hauptperson hineinversetzen.	1	2	3	4	5
13. In heiklen Situationen neige ich dazu, die Kontrolle über mich zu verlieren.	1	2	3	4	5
14. Wenn mir das Verhalten eines anderen komisch vorkommt, versuche ich mich für eine Weile in seine Lage zu versetzen.	1	2	3	4	5
15. Wenn ich eine interessante Geschichte oder ein gutes Buch lese, versuche ich mir vorzustellen, wie ich mich fühlen würde, wenn mir die Ereignisse passieren würden.	1	2	3	4	5
16. Bevor ich jemanden kritisiere, versuche ich mir vorzustellen, wie ich mich an seiner Stelle fühlen würde.	1	2	3	4	5

C. Angaben zu den Personen

Abschließend bitten wir Sie nun noch um einige **Angaben zu Ihrer Person**:

1. Alter in Jahren _____

2. Geschlecht

☐ weiblich

☐ männlich

3. Staatszugehörigkeit

☐ Österreich

☐ Deutschland

☐ Andere: _____

4. Höchster allgemeinbildender Schulabschluss

☐ kein Abschluss

☐ Pflichtschule

☐ Berufsbildende mittlere Schule

☐ Matura/ Abitur

☐ Hochschule

5. Gehören Sie zu einer der aufgeführten Gruppen?

☐ SchülerInnen

☐ StudentInnen

☐ PensionistInnen/RentnerInnen

☐ Arbeitslose

☐ Erwerbsunfähige

☐ Hausmann/Hausfrau

6. Beruf oder Studienrichtung(en) _____

7. Wie oft besuchen Sie eine Kunstaussstellung?

☐ nie

☐ selten (1- bis 2-mal im Jahr)

☐ ab und zu (3- bis 6-mal im Jahr)

☐ oft (1-mal im Monat)

☐ sehr oft (mehrmals im Monat)

8. Wann haben Sie die letzte Kunstaussstellung besucht? ☐ länger als 3 Monate her

☐ innerhalb der letzten 3 Monate

☐ innerhalb des letzten Monats

☐ innerhalb der letzten Woche

C. Angaben zu den Personen

Was glauben Sie sollte mit diesem Experiment untersucht werden?

Haben Sie noch Anmerkungen?

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Alle Daten sind anonym und werden streng vertraulich behandelt und ausgewertet. Rückschlüsse auf Ihre Person sind nicht möglich.

Wenn Sie noch Fragen oder Anmerkungen zur Studie haben wenden Sie sich bitte per E-mail an uns:

a0747451@unet.univie.ac.at

Marlene Bauer, Nicole Hynek und Laura Pirgie



Bild 1

Im Folgenden geht es um die Wirkung des oben abgebildeten Kunstwerkes und den Gefühlen, die sie bei der Betrachtung des Kunstwerkes empfinden. Dabei gibt es keine richtige oder falsche Antwort.

	Trifft nicht zu	Stärke des Gefühls									sehr
	☐	wenig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
traurig	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
ekelig	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
ergreifend	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
pessimistisch	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
erfreut	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
abstoßend	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
aggressiv	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
hoffnungslos	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
wütend	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
unglücklich	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
bedroht	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
beunruhigt	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
angespannt	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
hart	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
nachgrübelnd	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
angsterfüllt	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
interessiert	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
fasziniert	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
mitfühlend	☐		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	

Bitte lesen Sie sich die Aussagen aufmerksam durch und geben Sie an, in welchem Ausmaß diese auf Sie hinsichtlich des oben abgebildeten Kunstwerkes zu treffen.	Trifft nicht zu	Trifft eher nicht zu	Weder noch	Trifft eher zu	Trifft zu
Es ist spannend, über das Bild nach zudenken	1	2	3	4	5
Ich würde gerne mehr über den Hintergrund des Bildes erfahren	1	2	3	4	5
Es macht Spaß, sich mit dem Bild auseinander zu setzen	1	2	3	4	5
Das Bild regt zum Nachdenken an	1	2	3	4	5
Das Bild macht mich neugierig	1	2	3	4	5

Cecily Brown



Titel: Spree

Datierung: 1999

Technik: Öl auf Leinwand

Eduard Munch



**Titel: Zwei Menschen – Die
Einsamen**

Datierung: 1899

Technik: Holzschnitt

Wolfgang Mattheuer



Titel: Horizont

Datierung: 1970

Technik: Öl auf Hartfaserplatte

Daniel Richter



Titel: Über die Toten Nichts Schlechtes

Datierung: 2001

Technik: Öl und Lack auf Leinwand

Otto Dix



Titel: Drei Dirnen auf der Straße

Datierung: 1925

Technik: Tempera auf Sperrholz

Cecily Brown



Titel: Bacchanal

Datierung: 2001

Technik: Öl auf Leinwand

Max Beckmann



**Titel: Blick vom Rupenhorn
auf die Havel**

Datierung: 1936

Technik: Öl auf Leinwand

Daniel Richter



Titel: Bodileum

Datierung: 1996

Technik: Öl auf Leinwand

Fritz Winter



Titel: Mit Grün

Datierung: 1957

Technik: Öl auf Leinwand

Willem Grimm



**Titel: Stilleben mit Mops und
Hühnern**

Datierung: 1951/53

Technik: Öl auf Leinwand

Gabriele Münter



Titel: Baumblüte in Lana

Datierung: 1908

Technik: Öl auf Leinwand

Fritz Winter



Titel: Ohne Titel

Datierung: 1954

**Technik: Mischtechnik auf
Karton**

Markus Lüpertz



Titel: Die Ringer

Datierung: 1985/86

**Technik: Öl auf Leinwand mit
Holzschnitt**

Murat Şahinler



Titel: Untitled

Datierung: 2001

Technik: Öl auf Leinwand

René Magritte



Titel: The Red Model

Datierung: 1934

Technik: Öl auf Leinwand

Neo Rauch



Titel: Acker

Datierung: 2002

Technik: Öl auf Leinwand

Günther Hauschildt



Titel: Inselwitz II

Datierung: 1950

Technik: Öl auf Leinwand

Markus Lüpertz



Titel: Apoll II

Datierung: 1990

Technik: Öl auf Leinwand

	Stärke des Gefühls							
	Trifft nicht zu	wenig						sehr
traurig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ekelhaft	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ergreifend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
pessimistisch	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
erfreulich	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
abstoßend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
aggressiv	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
hoffnungslos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
wütend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
unglücklich	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
bedrohlich	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
beunruhigend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
angespannt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
gewaltig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
nachdenklich	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
beängstigend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
interessant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
faszinierend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
gefühlsvoll	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

F. Curriculum Vitae

Nicole Hynek

hynek.nici@gmail.com

Zu meiner Person

Geboren	am 25.12.1984 in Bad Reichenhall
Nationalität	tschechisch
Wohnhaft	in Wien

Studium

10/08 – laufend	Masterstudium der Theater,- Film- und Medienwissenschaft
10/07 – 03/16	Diplomstudium der Psychologie

Berufserfahrung

08/15 – 10/15	Wiener Seniorenbund
09/13 – 11/14	Ring International Holding AG
02/13 – 10/13	Kunsthalle Wien
03/11 – 08/13	Eat-Drink. Man-Woman GmbH
04/07 – 09/10	Naschmarkt Deli

Praktika

03/04 – 06/04	BT (Germany) GmbH & Co. oHG, München
12/13 – 04/14	Department of Basic Psychological Research and Research Methods

Computerkenntnisse

MS Office	gute Kenntnisse
SPSS	gute Kenntnisse
Adobe Photoshop	gute Kenntnisse
Final Cut	gute Kenntnisse

Sprachkenntnisse

Deutsch	Muttersprache
Tschechisch	gut
Englisch	gut
Französisch	Grundkenntnisse
Spanisch	Grundkenntnisse

Wien, im Dezember 2015