

# Die Emotionen bleiben

Neurokognitive Studien zeigen, dass die Beurteilung von Personen auch durch explizit unsichere Informationen stark beeinflusst wird

*Mitteilung: Humboldt-Universität zu Berlin*

**W**örter und Phrasen wie „angeblich“, „mutmaßlich“ oder „wird verdächtigt“ werden in der alltäglichen Kommunikation, in den sozialen Medien und in der Medienberichterstattung über Personen häufig verwendet, um den zweifelhaften Wahrheitsgehalt von Informationen zu signalisieren. Diese Begriffe haben sogar eine juristische Funktion und sollen falsche Beschuldigungen, Vorverurteilungen und Verleumdungen verhindern. Bislang war jedoch wenig darüber bekannt, wie unser Gehirn verbal kommunizierte Personeninformationen von fragwürdiger Zuverlässigkeit verarbeitet und wie diese unsere Urteile beeinflussen. Berücksichtigen wir die Unsicherheit der Informationen, um unser anhand negativer Aussagen über eine Person gebildetes Urteil abzumildern und um Fehlurteile zu vermeiden? Obwohl wünschenswert, scheint dies gerade nicht automatisch der Fall zu sein, wie die Evidenz aus neurokognitiven Studien zur Personenbeurteilung zeigt.

Um diesen Fragen nachzugehen, wurde die Gehirnaktivität von Versuchsteilnehmerinnen und -teilnehmern mittels eines Elektroenzephalogramms (EEG) erfasst, während sie Informationen mit negativen oder vergleichsweise neutralen Inhalten zu zuvor unbekanntem Gesichtern erwarben. Die negativen Informationen wurden entweder verbal als sicher markiert (zum Beispiel „Dieser Mann hat seinen Lehrling tyrannisiert“) oder mit Hilfe von Ausdrücken wie zum Beispiel „man sagt“, „es wird vermutet“, „ihm wird nachgesagt“, „es wird behauptet“) als unzuverlässig markiert (zum Beispiel „Dieser Mann hat angeblich seinen Lehrling tyrannisiert“).

## **Weiche Evidenz, hartes Urteil**

Ein erstes Experiment erwies, dass sowohl die spontane Sympathieeinschätzung als auch die direkte Beurteilung der Personen anhand der gegebenen Informationen stark vom negativen Gehalt der Information beeinflusst wurden. Ähnliche Effekte zeigten sich auch im EEG. Die deutliche Modulation von Gehirnaktivität spiegelt die emotionale Beurteilung der Personen wider. Obwohl Kontrollaufgaben zeigen, dass die verbal markierte Unzuverlässigkeit erfasst und die Wahrscheinlichkeit der negativen Informationen als entsprechend unsicherer eingeschätzt wurde, hatte dies weder auf die emotionalen Reaktionen noch auf die negativen Urteile einen mildernden Einfluss: die Urteile fielen auch dann negativ aus, wenn sie auf unsicherer Information basierten.

## **Das Gleiche gilt für positive Einschätzungen**

In einem zweiten Experiment konnten diese Befunde repliziert und auf positive unzuverlässige Information erweitert werden (zum Beispiel: „Angeblich hat er seine Ersparnisse für Schulkinder im Krisengebiet gespendet“). Die Personen wurden als sympathisch eingeschätzt und positiv beurteilt, wiederum einhergehend mit einer Modulation der Gehirnaktivität, die eine emotionale Beurteilung reflektiert, und wiederum hatte die Zuverlässigkeit der Informationen keinen modulierenden Einfluss auf das Urteil.

Diese Befunde zeigen, dass wir dazu tendieren, Personen selbst dann stark emotional zu beurteilen, wenn dieses Urteil wesentlich auf unsicherer Evidenz beruht. Ähnlich wie in Situationen des echten Lebens, wurden die Versuchsteilnehmerinnen und -teilnehmer nicht explizit dazu aufgefordert, die emotionalen Inhalte aktiv zu unterdrücken oder sich bewusst mit den Auswirkungen von Gerüchten auseinanderzusetzen, sondern waren frei in ihrer Entscheidung, die Hinweise auf die fragliche Zuverlässigkeit der Informationen zu nutzen, um ihre Beurteilungen ins rechte Licht zu rücken.

In künftigen Studien soll nun untersucht werden, unter welchen Umständen die Unzuverlässigkeit personenbezogener Informationen berücksichtigt wird, um unsere emotionalen Reaktionen und Urteile zu regulieren.

### **Originalpublikation:**

Baum, J., Rabovsky, M., Rose, S. B., & Abdel Rahman, R. (in press). Clear Judgments Based on Unclear Evidence: Person Evaluation Is Strongly Influenced by Untrustworthy Gossip. *Emotion*

*PM v. 10.01.2019*

*Hans-Christoph Keller*

*Abteilung Kommunikation, Marketing und Veranstaltungsmanagement*

*Humboldt-Universität zu Berlin*

*Quelle:*

*[www.hu-berlin.de](http://www.hu-berlin.de)*

*[www.idw-online.de](http://www.idw-online.de)*