

## Nonverbale Signale als Auswahlkriterien von Hundeporraits

Carola Otterstedt, 2016

### Relevanz des direkten Blickkontakts in der zwischenmenschlichen Kommunikation

Der Blickkontakt besitzt für den Menschen eine große kommunikative Bedeutung: Mittel der sozialen Einschätzung und der Vertrauensbildung, Ausdruck der Friedfertigkeit, bzw. der Ablehnung (Eibl-Eibesfeldt 1986; Otterstedt 1993). Kinder zeigen mehr Blickkontakt, als Jugendliche. Mit dem erwachsenen Alter steigt die Blickfrequenz wieder an, wobei Frauen einen häufigeren Blickkontakt zu Männern und Frauen aufbauen, als Männer dies tun (Walbott 1990).

Britische Wissenschaftler um den deutschen Neurologe Knut Kampe (Kampe et.al. 2001) haben in ihren Studien eine direkte Verkettung zwischen einer erhöhten Hirnaktivität und dem Betrachten ästhetischer Gesichter darstellen können. Die neuronale Reaktion scheint unabhängig von dem Geschlecht des Betrachters und dem, der abgebildeten Person. Vielmehr haben die Wissenschaftler am Institute of Cognitive Neuroscience der University College London herausgefunden, daß der Blickkontakt zwischen der abgebildeten Person und dem Betrachter einen entscheidenden Einfluß auf die Hirnaktivität besitzt. Den 16 Teilnehmern der englischen Studie wurden Farbbilder von 40 Gesichtern vorgelegt, welche den Blickkontakt dem Betrachter zu-, bzw. abgewandt hatten. 6 Gesichter wurden mit verdeckten Augen gezeigt. Während die Bilder in kurzen Abständen den Probanden gezeigt wurden, wurde ihre Hirnaktivität mit Hilfe eines Kernspintomographen dokumentiert. In der zweiten Phase sollten die Probanden attraktive Gesichter angeben. Das Ergebnis der Auswertung dieser Studie ergab:

- Attraktive Gesichter mit direktem Blickkontakt führen zu einer erhöhten Hirnaktivität.
- Ein minder attraktives Gesicht führt nur zu einer erhöhten Hirnaktivität, wenn es den Blick abwendet.
- Attraktive Gesichter mit abgewandtem Blick und nicht attraktive Gesichter mit direktem Blickkontakt führen zu einer sinkenden Hirnaktivität.



Kampe sieht in dem Ergebnis der Studie die Annahme bestärkt, daß sich der Mensch durch die visuelle Abschätzung des Gegenübers in einem sozialen Umfeld orientiert. Der Mensch sucht den direkten Blickkontakt mit dem attraktiven Gegenüber, sucht die soziale Nähe und gewinnt selbst dadurch an Aufmerksamkeit. Die Attraktivität des Gesichtes allein hat keinen Einfluß auf die Wahl. Nur ein attraktives Gesicht mit direktem Blickkontakt mobilisiert die Neuronen im ventralen Striatum (Großhirn-Region, welcher bei *Belohnung* besonders aktiv reagiert).

### Relevanz des direkten Blickkontakts in der Kommunikation zwischen Mensch & Tier

Die wichtige Funktion des direkten Blickkontakts in der zwischenmenschlichen Kommunikation überträgt sich auch auf die Kommunikation zwischen Mensch & Tier. So ist zu beobachten, daß gerade Menschen mit wenig Praxis im Umgang mit Tieren den direkten Blickkontakt als Mittel des Kontaktaufbaus anwenden. Sie orientieren sich an ihren Erfahrungen in der menschlichen Kommunikation und schauen den Tieren direkt und in der Regel langanhaltend in die Augen. Daß dieser direkte Blickkontakt den meisten Tieren unangenehm ist und zu Mißverständnissen zwischen Mensch und Tier führen kann, wird im gegenseitigen Verhalten schnell deutlich (z.B. Abwenden des Tieres, Zurückweichen, ggf. sogar unsicheres, aggressives Verhalten, etc.).

In einer Studie (Otterstedt 2007) sollte nun untersucht werden, welche Funktion der direkte Blickkontakt in der Auswahl von Hundeporraits besitzt.

- Wird ein Hund positiver eingeschätzt, wenn sein Abbild einen direkten Blickkontakt zeigt?
- Welche weiteren nonverbalen Signale sind für die Wahl des Hundeporraits relevant?

Die Fragestellungen wurden in vier Unterthemen diskutiert:

- I. Relevanz des direkten Blickkontakts
- II. Relevanz der Kopfhaltung
- III. Relevanz der Mimik
- IV. Relevanz der Fellfarbe

Die Aussagen der Kinder wurden in einem separaten Studienteil in zwei Fragestellungen differenziert:

- V. Welchen Hund würden Kinder als ihren Begleiter auswählen?
- VI. Gibt es einen Unterschied in der Auswahl der Hundeporraits bei Kindern, je nach Gestaltung der Vorlage (Zeichnung, Fotografie)?

### Methode

260 Erwachsene und 39 Kinder nahmen an der Studie teil. Den Probanden erhielten insgesamt 17 verschiedene Farbfotos von 8 Hundeindividuen in unterschiedlichen Variationen zur Ansicht. Die Hundeindividuen entsprechen einem Querschnitt von Rassen und Mischlingen der derzeit gängigen Hundepopulation in Deutschland und zeigen ein entspanntes Verhalten. Bei der Auswahl der Hundeporraits wurde bewußt darauf geachtet, daß keine aus Film oder Werbung bekannte Hunderasse vertreten ist, um eine Übertragung auszuschließen. Die Zusammenstellung der unterschiedlichen Hundeporraits orientierte sich alleine an den Themen der Studie. Die Gestaltung der Porraits (Bildausschnitt, Farbqualität, etc.) war standardisiert, allein die Fellfarbe, Mimik, Kopfhaltung und Blickrichtung variieren.



1.1



1.2



2.1



2.2



1.3



1.4



2.3



2.4



3.1



3.2



4.1



4.2



5.1



5.2



3.3



3.4



4.3



4.4



5.3



5.4

In 5 zeitlimitierten Sequenzen wurde den erwachsenen Probanden jeweils ein Tableau von 4 Hundeporraits präsentiert. Je Tableau hatten die Probanden 10 Sekunden Zeit die Hundeporraits nach Sympathie zu bewerten: von 1 (gut) bis 4 (nicht gut). Ein Kurzfragebogen gab zusätzlich Auskunft über die Person des Probanden (Geschlecht, Alter, Beruf, Erfahrungen mit Hunden, Einschätzung der Befindlichkeit des abgebildeten Hundes) und diente einer besseren Einordnung der Studienergebnisse.

Die kindlichen Probanden (4-6 Jahre, Kindergärten) wurden in standardisierten Einzelinterviews (ritualisierter Ablauf unter Verwendung standardisierter Formulierungen) befragt.

### I Relevanz des direkten Blickkontakts im Kontakt zu Hunden

Die Auswertung des Studienmaterials ergibt eine hohe Attraktivität jener Hundeporraits, die einen direkten Blickkontakt zum Betrachter aufweisen. Dies ist unabhängig von der Wahl der Hunderasse oder der Art, bzw. Häufigkeit von Vorerfahrungen mit Hunden. Es konnte keine Relevanz von Alter oder Geschlecht der Probanden bei dieser Wahl festgestellt werden.



Weitere Studien mit einer differenzierten Methodenerweiterung wären wünschenswert. Um die Bildwahrnehmungsprozesse detailliert untersuchen zu können, sind hochauflösende video-basierte Eye-Tracking-Systeme (z.B. Lidschlußrate, Fixationsdauer) sinnvoll oder auch die Methode der evozierten Kohärenzen zur Analyse von Hirnaktivitäten zu nutzen. Ziel dieser Methode ist eine Optimierung dynamischer Aufmerksamkeitseffekte, sowie die Definition der Häufigkeitsbereiche, die bei der Betrachtung des Bildes besondere Aufmerksamkeit erlangten, z.B. der Augenbereich. Durch Messung der Hirnaktivität, zuzüglich des Pulsschlages wären Hinweise auf eine erhöhte Aufmerksamkeit der emotionalen Beteiligung möglich. In einer Vergleichsmessung eindeutig positiver, bzw. negativer visueller Eindrücke, können für die späteren Untersuchung Aussagen über eine emotionale Bewertung der ausgewählten Bereiche des Bildes vorbereitet werden: Welche Hirnregionen werden bei der erhöhten Attraktivität eines Hundeporraits besonders aktiviert?



Eine Methodenkombination aus Oxytocin-Provokation und fNMR-Messung könnte weitere Hinweise auf Assoziationen der sozialen Bindung zwischen Mensch und Hund geben (Kosfeld et al. 2005). Die im Fragebogen dokumentierten Aussagen der Probanden unterstreichen die Bedeutung der emotionalen Assoziation und der Favourisierung eines speziellen Hundeporraits. Vorrangig wird dabei eine persönliche Dialogaufforderung durch den direkten Blickkontakt des Hundes erwähnt.

### II Relevanz der Kopfhaltung

Welche Relevanz besitzt die Körperhaltung, hier die Kopfhaltung für die positive Wahl eines Hundeporraits? Weibliche Probanden, die Hunde mit einem direkten Blickkontakt bevorzugten, wählten überwiegend jenen Hund, der eine leicht schräge Kopfhaltung zeigt. Dies deutet auf eine überraschende Parallele zu der vor allem von Frauen im Gespräch bevorzugten leicht schrägen Kopfhaltung.

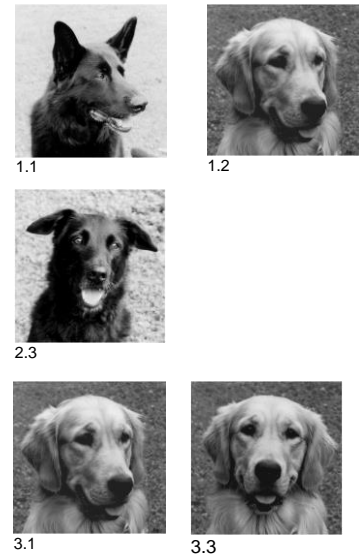


Im Vergleich dazu haben männliche Studienteilnehmer bevorzugt jene Bilder ausgewählt, welche eine gerade ausgerichtete Kopfhaltung zeigten, teilweise sogar durch eine Senkung des Unterkiefers bis auf die Brust. Dieser Körperausdruck zeigt eine verstärkte Konzentration und Aufmerksamkeit auf den Gegenüber gerichtet, erinnert an die *stramme Haltung* eines Soldaten. Diese Wahl überraschte vor dem Hintergrund, daß die männlichen Probanden ausschließlich den sozialen, therapeutischen und kommunikativen Berufsbereichen angehörten. Dies weist möglicherweise auf einen starken Einfluß tradierter sozialer Verhaltensweisen und einem Männer-Selbstbild hin, dem möglicherweise eine besonders große Bedeutung beim Erstkontakt mit fremden Dialogpartnern (hier dem Hund) zukommt.

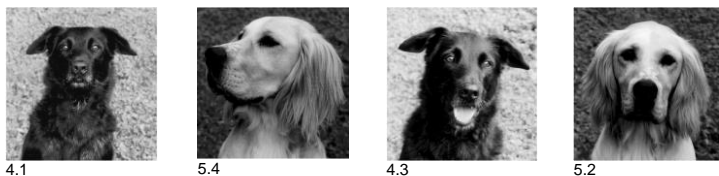


### III Relevanz der Mimik

Die dargestellten Hundeporraits variierten zwischen Hunden mit geöffnetem und geschlossenem Maul, immer aber einer entspannten Mimik. Auf Grund der Fragebögen, die die Teilnehmer beantworteten konnte ihre Wahl differenziert nachvollzogen werden. Die Wahl von Hunden mit geöffnetem Maul wurde dabei überwiegend damit begründet, daß der Hund freundlich aussehen würde (1.1; 1.2; 2.3; 3.1; 3.3). Das leicht geöffnete Maul wird dabei möglicherweise mit dem Lächeln von Menschen assoziiert. Dies jedoch nur dann, wenn nicht andere Attribute, wie beispielsweise Lefzen den positiven Eindruck irritieren (1.4).



Ohrenstellung (2.2), Zunge leicht sichtbar (2.2), gesengter Blick (2.4) bieten ebenfalls reichhaltige Assoziationen, wie z.B. Ängstlichkeit, Naivität, Traurigkeit, etc.. Bereits Konrad Lorenz wies darauf hin, dass Menschen von der Physiognomie des Tieres irrtümlicherweise zu gerne auf sein Wesen schließen<sup>1</sup>. So wird beispielsweise der Hund, der auf einem seine Nase hoch erhoben trägt als *skeptisch* oder *arrogant* (4.1; 5.4) auf einem anderen durch eine veränderte Mimik als *besonders sympathisch* (4.3; 5.2) empfunden.



### IV Relevanz der Fellfarbe

Welchen Einfluss haben phänotypische Merkmale bei der Wahl des Hundeporraits? In der Begegnung mit Tieren orientieren sich Menschen insbesondere am Erscheinungsbild des Tieres (Größe, Fellfarbe und -struktur) und oft eher unbewußt auch über nonverbale Kommunikationselemente (Mimik, Gestik, Körperhaltung). Der Blickkontakt wird sowohl von Menschen, als auch Tieren für die inner- und zwischenartliche Kommunikation genutzt, jedoch mit sehr unterschiedlicher Intention.

Interessant schien in der Studie die Fragestellung, ob die vorherrschende Meinung *dunkelfarbige oder gar schwarze Hunde würden eher Angst verbreiten* und *hellfarbige Hunde würden lieber angenommen werden* sich durch die Auswahl der Hundeporraits innerhalb dieser Studie bestätigen lassen würde.

Die Hundeporraits zeigen Hunde mit vergleichbarer Mimik, jedoch mit unterschiedlicher Fellfarbe und Fellqualität. Überraschenderweise zeigte sich, daß die Fellfarbe in der Sympathiewahl der Hunde nur eine untergeordnete Rolle spielte. Vielmehr scheinen *Modetrends*, wie z.B. Labrador Retriever, und persönliche Vorlieben (z.B. zu erwartende Größe des Hundes) einen größeren Einfluß auf die Wahl des Hundes zu haben.

<sup>1</sup> vgl. hierzu K. Lorenz (1965): Über tierisches und menschliches Verhalten, Piper, München.

## V Welchen Hund würden Kinder als ihren Begleiter auswählen?

Jedes Kind, das an der Studie teilnahm, wurde unabhängig von der Anwesenheit anderer Kinder befragt. Eine Absprache unter den Kindern wurde ausgeschlossen, da die Interviews im Rahmen des Kindergartenalltags stattfanden und die einzelnen Kinder nach dem Einzelgespräch wieder in das allgemeine Gruppenspiel integriert wurden.

Die Autorin erfuhr bei entspannten Gesprächen auf dem Weg zwischen Kindergartengruppe und Interviewraum, welche Erfahrungen und Beziehungen das einzelne Kind zu Hunden besitzt und führte es mit einem kindgerechten Ritual in das Interview ein. Das Kind bekam nach einander 5 Blätter mit jeweils 4 Hundeporraits gezeigt, wobei es auf jenen Hund zeigen sollte ...

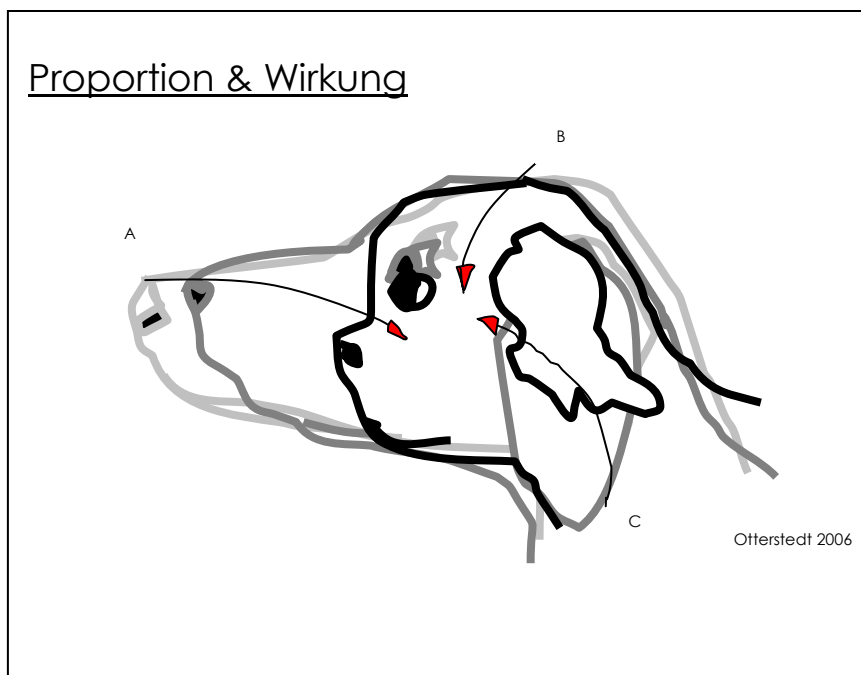
1. ... mit dem es am liebsten spielen möchte
2. ... auch gerne spielen möchte
3. ... gar nicht gerne spielen möchte

Mit Hilfe dieser Fragen konnte eine zu der Erwachsenen-Studie vergleichbare Ranking-Liste erstellt werden.

Für die Kindergartenpädagogen und die Autorin zunächst überraschend wurde von allen Kindern nicht jene Hundeporraits bevorzugt, welche dem Kindchenschema besonders entsprachen (z.B. King Charles Spaniel) und normalerweise von Kindern besonders gerne gewählt werden, vielmehr entschieden sich die meisten Kinder für s von Hunden, die einen direkten Blickkontakt, eine gerade, fast strenge Körper- und Kopfhaltung zeigten (s.a. Wahl der männlichen Erwachsenen).

## VI Gibt es einen Unterschied in der Auswahl der Hundeporraits bei Kindern, je nach Gestaltungsart der Vorlage (Zeichnung, Fotografie)?

Entscheiden sich Kinder für unterschiedliche Hundetypen, wenn die Hunde als Foto bzw. als Zeichnung dargestellt werden? Da die Kinder im Alter zwischen 4 und 6 Jahren nur selten ihre Wahl inhaltlich reflektieren oder gar verbal begründen können (*Der sieht lieb aus!*), entschied sich die Autorin, die Kinder sowohl Fotos als auch Zeichnungen von Hundeporraits auswählen zu lassen. Wählten die Kinder bei den Fotos den unter V beschriebenen Hunde-Typ aus, so entschieden sich die Kinder<sup>2</sup> bei der Auswahl von Hunde-Zeichnungen ohne zu zögern eher für die Darstellung des kleinen Hündchens mit Kindchenschema.



<sup>2</sup> Ausnahme: ein Junge, der daheim mit einem Jagdhund lebt.

Gemeinsam mit Erziehern und Pädagogen diskutierte die Autorin die klare Unterscheidung in der Hundewahl bei Fotos und Zeichnung. Da Zeichnungen insbesondere die emotionale Ebene des Kindes ansprechen, war die Wahl des kleinen Hündchens als Spielkameraden hier nicht überraschend. Fotos zeigen demgegenüber den realen Aspekt der Hundewahl. Der *starke selbstbewußte Hund*, so vermuteten die Pädagogen, spiegelt möglicherweise das Bedürfnis der Kinder nach einem starken Beschützer als Spielkameraden wider: Ein Hund, der freundlich ist, aber auch als Partner einen beschützen kann.

#### **Literatur**

- Kampe, K.K.W.; Frith, C.D.; Dolan, R.J.; Frith, U. (2001): Reward Value of Attractiveness and Gaze, in: Nature 413 (11 Oct 2001: 589)
- Kosfeld, M.; Heinrichs, M.; Zak, P.J., Fischbacher, U.; Fehr, E. (2005): Oxytocin increases trust in humans, in: Nature 435/2 June 2005.
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1986): Die Biologie des menschlichen Verhaltens, Grundriß der Humanethologie, Piper, München.
- Otterstedt, C. (1993): Abschied im Alltag, Grußformen und Abschiedsgestaltung im interkulturellen Vergleich, iudicium, München.
- Otterstedt, C. (2007): Mensch & Tier im Dialog, Kosmos, Stuttgart.
- Walbott, H.C. (1990:66): in Rost, W.: Emotionen, Berlin.