

ÜBERLEBEN IN DER BILDERFLUT

Über die Zukunft von Bildern

Bilder sind allgegenwärtig. Wir leben in einer Bilderflut. Bilder sind spannend, aufregend, anregend, schockierend, verblüffend – oder? An welche Eindrücke erinnern Sie sich gerade in diesem Moment? Bildermacher, Fotografen, Pixelartisten, Illustratoren und Maler entwickeln eigene Bilder in einer sehr engagierten Form. Die Gefahr, dass diese Bilder nicht zur Kenntnis genommen werden, sondern in der allgemeinen Bilderflut untergehen, ist hoch.

VON PROFESSOR FRANZ TOMASCHOWSKI

Es existieren so viele Bilder wie noch nie zuvor. Neben Postern, Gemälden und Plakaten sind in Zeitschriften, Zeitungen und Büchern unzählige Bilder zu finden und täglich kommen neue Bilder hinzu. Der weitaus größte Teil von Bildern ist digital vorhanden, öffentlich im Internet oder in einer der unzähligen Bilddatenbanken (Abb. 1). Durch die Digitalisierung gehen keine Bilder mehr verloren. (Außer es läuft etwas schief in der Datensicherung.) Ein Ende dieses stürmischen Zuwachses ist nicht absehbar. Für bekannte oder weniger bekannte Motive existieren unzählige Variationen. Wir scheinen in einer gigantischen Bilderflut hilflos unterzugehen. Welche Abbildungen interessieren uns? Welche Kriterien erlauben uns, das unbedeutende Bild von einem eindrucksvollen Bild zu unterscheiden? Wie muss ein Bild aussehen, damit es in dieser stetig wachsenden Bilderflut wahrgenommen wird, uns berührt und sich sogar einprägt?

Standortbestimmung

Es entsteht häufig der Eindruck, dass Bilder nicht immer artgerecht eingesetzt werden: Ein Gestaltungsauftrag steht an. Schnell ist ein irgendwie geeignetes Bild aus dem Internet, aus einem Fotoarchiv oder aus einer anderen Quelle gefunden. Dazu werden noch einige weitere Bilder hinzugefügt. So entsteht ein Patchwork von Bildreizen. Damit jeder versteht was gemeint ist, werden die Bilder durch Bildunterschriften erklärt. – Fertig!



Abb. 1 – Wenn gut fotografierte Bilder nebeneinander abgebildet werden, lässt sich folgender Effekt beobachten: Die Bilder verschmelzen miteinander. Es entsteht ein übergeordnetes Gesamtbild.
Quelle: mauritius image, Suchbegriff „Flut“



Abb. 2 – Im folgenden Beispiel wird eine Situation geschildert, in der das Wirken des Unterbewusstes nachvollzogen werden kann: Sie erreichen den Bahnhof und möchten vor Fahrtantritt noch eine Zeitschrift kaufen. In der Auslage des Bahnhofskiosks herrscht ein unüberschaubares Angebot von Zeitschriftentiteln. Sie und der Zug, den Sie erreichen möchten, treffen gleichzeitig am Bahnhof ein.
Quelle: Bahnhofsbuchhandlung im Innsbrucker Hauptbahnhof



Abb. 3 – Ein blitzartiges Losrennen in die rettende Richtung wird durch diese widersprüchlichen Informationen erschwert. Eindeutige Bildaussagen sind zum Verstehen der jeweiligen Aussage notwendig, andernfalls heben sich die Bildwirkungen gegenseitig auf.
Quelle: Campingplatz in Cagnes-sur-Mer

Entspricht ein so entstandenes Ergebnis den Kriterien für eine spannende Gestaltung oder einem guten Foto?

Das „gute Bild“!

„Ein gutes Foto ist ein Foto, das man länger als eine Sekunde anschaut“, erkannte Henri Cartier-Bresson bereits 1908. Eine solche Zeitspanne erscheint manch einem Bildliebhaber recht kurz, gibt es doch Bilder, in denen nach ausgiebiger, langer und intensiver Betrachtung immer noch neue Aspekte entdeckt werden können.

Der Grund dafür sind die beiden unterschiedlichen Ebenen in der Bildwahrnehmung. Je nach Situation nehmen wir visuelle Eindrücke von realen Gegebenheiten oder Bildern unterschiedlich wahr: Ein kurzer Blick genügt, um schnell und umfassend eine Situation zu erfassen; eine lange, intensive Auseinandersetzung ist für eine ausführliche Bildanalyse notwendig.

Der schnelle Blick

Die Fähigkeit, Bilder innerhalb eines Augenblickes wahrzunehmen und entsprechend darauf zu reagieren, hat unseren Vorfahren vor Millionen von Jahren das Überleben ermöglicht. Aufgrund dieser Fähigkeiten, über die wir immer noch verfügen, sind wir in der Lage, eine neue Situationen sehr schnell zu erfassen und Gefahrenpotentiale zu erkennen, so wie beispielsweise einen Geisterfahrer oder die Anwesenheit gefährlicher Tiere, die auf Nahrungssuche sind. Dazu haben wir folgenden Ablauf gelernt: Mit unseren Augen tasten wir ständig die Umgebung ab. Durch diese sakkadischen Augenbewegungen entsteht ein stetiger Fluss von Bildinformationen. Alles Gesehene wird augenblicklich bewertet und gespeichert. Dieser Prozess erfolgt vollständig unbewusst. Unsere bewusste Wahrnehmung wird damit nicht belastet. Lediglich die wichtigsten Bildinformationen werden an unser Bewusstsein weitergegeben. So wird ein konzentriertes und präzises Handeln innerhalb einer sehr kurzen Zeitspanne möglich. Durch die Arbeitsteilung zwischen bewusster und unbewusster Wahrnehmung ist eine sehr hohe Reaktionsgeschwindigkeit möglich. Dies ermöglichte es unseren Vorfahren zu überleben. – Und ab und zu eine Mahlzeit zu erlegen; vorausgesetzt, sie waren keine Vegetarier.

Weiterhin ist die Intensität, mit der wir die Umgebung analysieren, von der jeweiligen Situation abhängig. In spannungsgeladenen Situationen oder während schnell wechselnder Eindrücke benötigt visuelle Wahrnehmung viele Ressourcen. Im Extremfall verharrt unser Körper in einer angespannten, bewegungslosen Haltung. Lediglich unsere Pupillen springen sehr schnell hin und her. Die jeweils wichtigen Bildinformationen werden kurz bewusst betrachtet auf Grundlage der unbewussten Vorauswahl. So können wir sehr schnell viele Eindrücke verarbeiten.

Befinden wir uns dagegen in einer ruhigen und gefahrlosen Umgebung, haben wir die Möglichkeit, Bildinformationen ausführlich zu betrachten. Wir können uns auf ein einziges Bild konzentrieren. Dies ist auch der Grund, warum manch ein Wohnzimmer sowie Museen

oder Galerien Orte der Ruhe sind. Dort fühlen wir uns „sicher“. Die einzige Voraussetzung in einer solchen Situationen ist, dass wir das betreffende Bild, das wir betrachten wollen, interessant finden. Andernfalls schlägt uns das Unterbewusstsein andere Aktionen vor, wie z.B. „Kaffee trinken gehen“ oder „mit Bekannten plaudern“.



Abb. 4 – Diese Anzeige aus dem Jahr 1966 entwickelte sich zu einem Selbstläufer. Den gefürchteten Staus im Automobilverkehr wurde ein simples Bild von einem im Schnee fahrenden Zug entgegengesetzt. Dieses Foto in Verbindung mit dem Text berührte so stark, dass diese Anzeige bis in unsere heutige Zeit immer noch einen gewissen Bekanntheitsgrad aufweist.

Quelle: Anzeigenseite im Spiegel, 1966

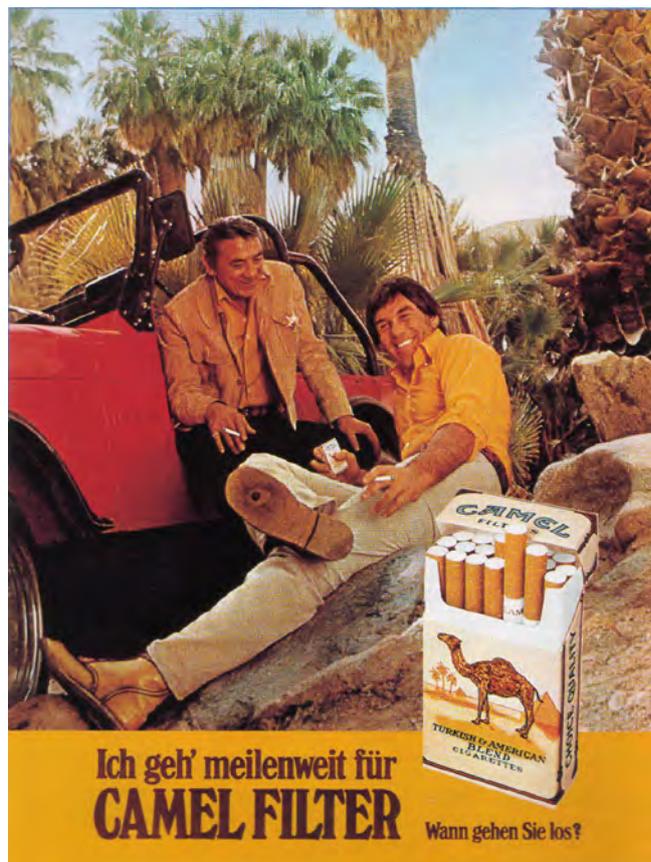


Abb. 5 – Eine Anzeige für die Zigarettenmarke Camel traf in den 60er und 70er Jahren des letzten Jahrhunderts exakt den Zeitgeist. Camel hatte damals den Status einer Kultmarke. In der heutigen Zeit hat sich das Lebensgefühl grundlegend gewandelt. Daher wirkt dieses Foto nicht mehr so attraktiv wie damals.

Quelle: Anzeigenseite Spiegel, 1974

Wie wir sehen

Unsere Umgebung nehmen wir anders wahr als eine Digitalkamera. Während in der Fotografie bei der Aufnahme jedem Pixel die gleiche Bedeutung zukommt, ist unsere Netzhaut unterschiedlich dicht mit Sehzellen ausgestattet. Wir verfügen über ein Gesichtsfeld mit einem Blickwinkel von ca. 120°. Die Darstellungsqualität nimmt an den Rändern deutlich ab. Aber sie ist ausreichend genug, um wichtige Elemente zu erkennen. In der Nähe der Sehachse befinden sich die meisten Sehzellen. Nur an diesem kleinen Punkt, der Fovea, sehen wir völlig scharf. Aufgrund der ungleichen Verteilung von Sehzellen tasten unsere Augen die Umgebung unermüdlich ab. Alle 80 bis 120 Millisekunden erfolgt eine Augenbewegung. Durch diese akkadischen Augenbewegungen entstehen viele kleine Einzelbilder. Diese werden dann zu einem Gesamtbild zusammengesetzt und ständig aktualisiert.

Wird in den Randbereichen ein bedeutungsvolles Objekt erkannt, so tasten die Pupillen innerhalb von wenigen Bruchteilen einer Sekunde das Objekt ab. Parallel dazu wird jedes abgetastete Bildelement analysiert. Je nach Wichtigkeit und Bedeutung wird unsere Aufmerksamkeit für eine gewisse Zeitspanne auf die jeweils wichtigste Szene gelenkt.

Gleichzeitig wird dieses Ergebnis als Gedächtnisinformation automatisch abgespeichert. Seitdem wir sehen, also seit unserer Geburt, sind wir dabei, unsere visuellen Eindrücke zu sammeln und im Gehirn zu speichern. Jedes von uns gesehene Detail wird bewertet und katalogisiert:



Abb. 6 – Im Juni 2010 war diese Kampagne für den Apple I-Pad zu sehen. Eine unkonventionelle, neue Sichtweise auf ein Produkt erzeugt selbst in der vorherrschenden Bilderflut eine hohe Aufmerksamkeit. Wie lange diese Wirkung anhält, lässt sich jedoch nicht vorhersagen. Erst in der Rückschau aus unserer jetzigen Zeit wird sich diese völlig neuartige Bildsprache einordnen lassen.

Quelle: Tunnellabyrinth im Münchener Ostbahnhof

Abb. 7 – Ein Jahr später wurde eine zweite Staffel dieser Kampagne produziert. Wirkt das Plakat noch genauso aufregend?

Quelle: Tunnellabyrinth im Münchener Ostbahnhof

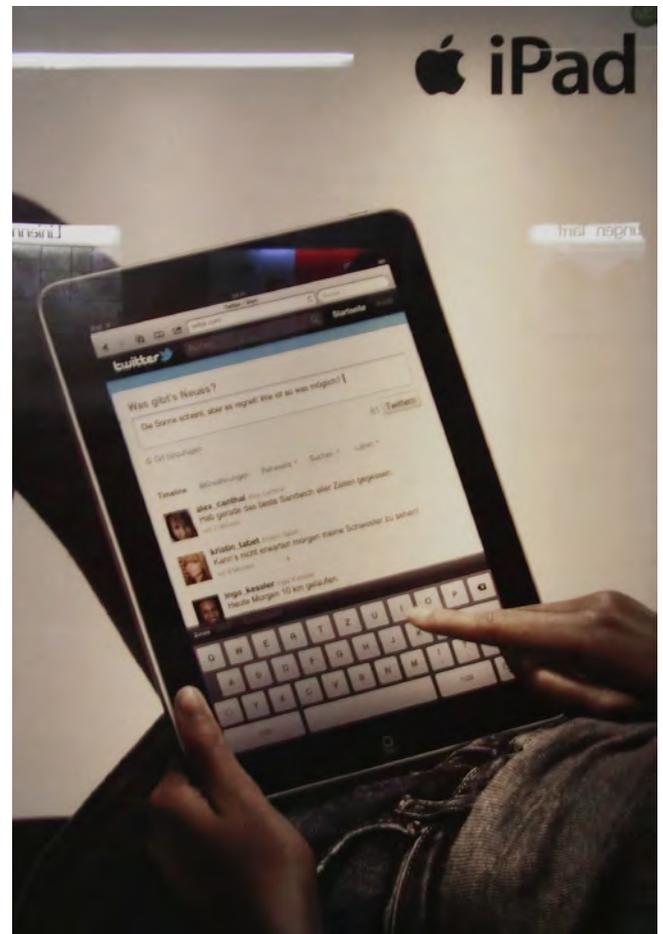
von Bildern, die uns tief bewegen, bis zu völlig unbedeutenden Details. Die gespeicherten Bilder sind mit dazu passenden Erfahrungen und Gefühlen verknüpft. So entsteht in unserem Unterbewusstsein ein überaus großes Archiv mit gesehenen und analysierten Eindrücken, vergleichbar mit einer gigantischen Datenbank.

Die Einträge der so entstandene Bilddatenbank bilden die Grundlage für die Analyse von zukünftigen Seheindrücken. Der Zugriff auf diese „Daten“ erfolgt nach der aktuellen Wichtigkeit der gespeicherten Informationen. Je nach Situation verändert sich die Rangfolge, es werden unterschiedliche Dinge wichtig, andere werden bedeutungslos. Ein Beispiel: Gehen wir durch eine Stadt und verspüren Hunger, kann es sein, dass uns viele Bäckereien, Dönerstände oder Imbissbuden ins Auge fallen, denen wir sonst kaum Beachtung schenken. Völlig anders ist unsere Wahrnehmung dagegen, wenn wir kurz vor Geschäftsschluss noch ein Geschenk erwerben möchten (Abb. 2).

Welche Bedeutung hat ein einzelnes Bild?

Wenn wir einen Gegenstand, eine Situation oder eine Abbildung erblicken, wird deren Inhalt also immer durch unser Unterbewusstsein wahrgenommen und bewertet. Damit eine Bildinformation bis zu unserer bewussten Wahrnehmung vordringt, müssen einige Kriterien erfüllt werden:

Zunächst muss uns das Gesehene erst einmal auffallen – ins Auge fallen, wie dies in der Alltagssprache be-



schrieben wird. Dieses Kriterium lässt sich durch einen starken Hell/Dunkel-Kontrast des Bildes erreichen. Es ist im ersten Augenblick der Wahrnehmung unerheblich, ob das Bild eine konkrete Form zeigt oder ob es abstrakt ist. Unsere Aufmerksamkeit wird grundsätzlich auf Bilder mit einem kontrastreichen Bildaufbau gelenkt.

Erst dann erfolgt die Bildanalyse. Eine schnelle Erkennbarkeit des Motives ist sehr hilfreich. Bilder mit einem klaren eindeutigen Hauptmotiv werden schneller und exakter analysiert, indem das Gesehene mit ähnlichen Bildern aus unserem Gedächtnis verglichen wird. Weiterhin entscheidend ist die Bedeutung des Objektes in unserer Erinnerung und die Frage, ob diese Erinnerung einen Bezug zur gerade erlebten Situation hat. Je bedeutender dieser Bezug ist, desto eher wird das analysierte Bild oder die gesehene Szene an die bewusste Wahrnehmung weitergeleitet (Abb. 3).

Eine weitere Möglichkeit der Weitergabe von unbewussten Sehinformationen an das Bewusstsein ist, wenn für das Gesehene gar keine Entsprechung in unserem Gedächtnis vorhanden ist. Sind es Strukturen, Formen oder Muster, die für unser Gedächtnis unbekannt sind, erregt dies unsere Aufmerksamkeit. Wir wollen doch wissen, wem wir genau gegenüberstehen.

Das schockierende Bild

Die Einblendungen in die bewusste Wahrnehmung sind meist kurz und flüchtig (Abb. 4 und 5), denn sämtliche Eindrücke die wir aufnehmen, müssen auch verarbeitet

werden werden. Um dies zu leisten, werden die Informationen, die wir gesehen haben, bewertet. Es sind verhältnismäßig wenige Szenen, die bis in unsere bewusste Wahrnehmung vordringen oder uns sogar berühren. Für intensive Wahrnehmung sind außergewöhnliche Eindrücke notwendig. Nur Bilder, die durch Gestaltung, Komposition und Inhalt verblüffen oder sogar schockieren, prägen sich nachhaltig ein.

Ist die Bildsprache zu grauig, wird eine Extremsituation erlebt, die unfassbar ist, kann der gesehene bzw. erlebte Inhalt entweder verdrängt werden oder sich als Endlosschleife ständig wiederholen.

Jedoch ist die übliche Wirkung solcher markanten Bilder oft von kurzer Dauer. Durch Gewöhnung aufgrund von Wiederholung von ähnlichen Bildern verliert sich die besondere Wirkung. Das, was vormals stark berührt hat, wird nach und nach lediglich durch das Unterbewusste registriert. So erklärt sich das Verlangen nach immer extremeren, emotionaleren, schockierenden Bildern. Es entsteht ein Verlangen nach bislang unbekanntem Einblicken, um in deren Bann gezogen zu werden.

Bilder mit Zukunft

An der Entwicklung von zukünftigen Bildwelten definiert sich die Professionalität des Kreativen. Es kommt nicht darauf an, Bildstandards zu entwickeln, um diese immer wieder zu wiederholen und dadurch möglicherweise Kosten zu sparen. Vielmehr ist es die Aufgabe des Gestalters, des Bildermachers, des Künstlers völlig neue und einmalige Bildwelten zu entwickeln.

Den Betrachter zum Staunen zu bringen durch neue ungewohnte visuelle Werke ist das Ziel. Die so entstandenen einzigartigen Werke heben sich von den inzwischen bekannten Bildwelten deutlich ab (wie z.B. Abbildungen 6-8). Der Betrachter kann erfühlen oder spüren, ob diese neuen Gestaltungen ihn aufgrund seiner augenblicklichen Situation berühren und faszinieren. So hat etwas Neues und Unbekanntes die Chance, aus der Bilderflut heraus bis hin zur bewussten Wahrnehmung vorzudringen.

Recht schnell gewöhnt man sich an das eben noch verblüffend Neue, und die Bildwirkung wird von „aufregend“ auf „unbedeutend“ herabgestuft oder sogar als „langweilig“ empfunden. An dieser Stelle ist wieder der Kreative gefragt um wiederum etwas völlig Neues zu entwickeln, um uns in Erstaunen zu versetzen und uns möglicherweise zu verblüffen. ☘



Abb. 8 – Eigene Erfahrungen in einem Plakat zu reflektieren schafft eine hohe Intensität. Jeder, der ein Notebook oder ähnliches im Freien benutzt hat, kennt die Problematik mit zu dunklen Displays.

Quelle: Friedenstraße, München