

Bilder lesen und interpretieren

Autor: Ralf Turtschi



Die diagonale Achse führt die Betrachter das Fotos über beide Gesichter in das Objekt ihrer Aufmerksamkeit. Durch ihre Mimik zeigen die beiden Porträts eine Beziehung zu sich auf und zu dem Buch.

Bemerkenswert, wie wir alle in der Schule das Alphabet gelernt haben. Da die Medienaufmerksamkeit heute vor allem Bildern gilt, sollten wir auch lernen, wie Bilder gelesen werden.

In Fotobänden, Comics, Wanderführern, Reise-, Koch- oder Kinderbüchern sind Bilder nicht wegzudenken. Die Bildwissenschaft ist im Gegensatz zur Literaturwissenschaft eine relativ junge Disziplin – wir wissen immer noch wenig über die Funktionsweise von Bildern im Kopf. In einer Jahresserie wollen wir deshalb das Bild aus verschiedenen Perspektiven näher beleuchten.

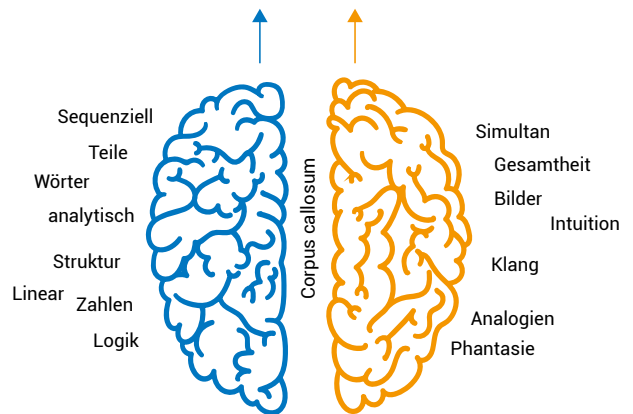
Der menschliche Sehsinn ist unser wohl am weitesten entwickeltes Sinnesorgan. Ganz natürlich sehen wir Formen und Farben, sehen Bewegung und Dreidimensionalität, niemand bringt es uns bei. Der Sehsinn ist genetisch programmiert, während die Sprache kulturell erworben wird. Das Sehen ist universal, der Homo sapiens ist weltweit mit den gleichen Organen ausgerüstet. Beim Text verhält es sich anders: In welchem Zeitraum sich die Sprache vom tierischen Laut zur menschlichen Artikulation entwickelte, wissen wir nicht genau. Als erste Schrift gilt die sumerische Keilschrift, die etwa 3500 v. Chr. in Mesopotamien (Irak) entstand. Sie bestand aus etwa 800 Zeichen und wurde von oben nach unten geschrieben. Weit älter sind die ersten Zeugen einer bildnerischen Gestaltung, Höhlenmalereien in Spanien oder Südfrankreich sind 30 000 bis 40 000 Jahre alt. Am Anfang stand also nicht das Wort, sondern das Bild. Das Bild gegen das Wort auszuspielen, ist hingegen ein gängiger Unfug. Der Kurt Tucholsky zugeschriebene Spruch „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ wird oft von Fotografen aus dem Zusammenhang gerissen, um die Wichtigkeit oder die Überlegenheit des Bildes gegenüber dem Wort zu unterstreichen. Wie wir sehen werden, ist das falsch.

Unser Auge-Hirn-System funktioniert als Sinnesorgan, welches das Überleben, die Fortpflanzung und das Wohlbefinden fördert. Wichtig ist nicht, was im Auge hereinkommt, wichtig ist, was im Hirn hängenbleibt. Ein Bild ist ein visueller Sinneseindruck, der im Gehirn mit einem gespeicherten Repertoire abgeglichen wird. Sehen, Abgleichen, Erkennen, Interpretieren und Speichern ist eine Wahnsinns-Sinnesleistung, die mit dem ersten Lidschlag automatisch beginnt. Wir können diesen permanenten «Datenstrom» nicht abstellen. Durch das Abgleichen sind wir in der Lage, Bilder einzuordnen und zu interpretieren. Sie liefern die Datenbasis für unser Handeln. Ganz archaisch gesehen war das vor ganz langer Zeit Flucht oder Jagd/Ernährung.

Beim Datenstrom handelt es sich um einen «Film», der permanent und zeitgebunden abläuft und der mit weiteren Sinneseindrücken wie Klang oder Geruch untermauert wird. Es handelt sich sowohl um „lebendige Filme“ und „unbewegte Fotos“. Wir erinnern uns an Bilder ähnlich, wie wir auch Gerüche, Musik oder Geschmacksrichtungen behalten können. Bilder sitzen also vernetzt im Kopf und manifestieren sich nicht auf



Bei der aufmerksamen Verarbeitung springt das Auge sakkadenartig über das Bild und entschlüsselt die Einzelheiten, die eine Interpretation möglich machen.



Der linken und rechten Hirnhemispäre werden jeweils andere Leistungszentren zugeschrieben. Der Corpus callosum verbindet die einzelnen Zentren.



Fotografien, die bestimmte Reize ansprechen, werden bevorzugt wahrgenommen: Babies (Menschen und Tiere), Sexualität, Gewalt, Armut, Nahrung, Exotik, Beziehungen oder Landschaften.



Bilder funktionieren blitzschnell „durch den Bauch“. Texte vermögen die Phantasie besser anzuregen, doch man benötigt dazu Lesereife, Geduld und Motivation. Bilder erfüllen die Funktion des Hinguckers, sie sind Eintrittstore in die Gedankenwelt des Textes.

einer Oberfläche. Monitore sind nur technische Hilfsmittel zur Simulation von Bildern. Immer.

Mich interessiert nun, was denn genau von einem fotografierten Bild gespeichert wird und wie dieses „aufbereitet“ werden soll, damit es behalten werden kann. Das Wissen um die Vorgänge im Auge-Hirn-System ist für alle Werbetreibenden und Marketingfachleute von zentralem Interesse, selbstredend auch für alle Fachleute, die sich mit Bildern beschäftigen, und das sind heute praktisch alle. Bilder funktionieren anders als Text. Sie erreichen uns in Millisekunden, be-

rühren uns oder lassen uns kalt. Bilder bedürfen keiner Sprache, sie funktionieren auf der ganzen Welt. Den Text müssen wir uns kulturell aneignen, es ist ein spezielles Zeichensystem notwendig, das an der eigenen Sprachgrenze aufhört zu existieren. Je nach Sprachkompetenz werden Texte mehr oder weniger verstanden. Auch Zeichen, Musik oder Träume vermögen starke Bilder zu erzeugen. Beim Lesen dauert der Vorgang des Erkennens viel länger als beim Bild.

Fotografische Abbilder werden also blitzschnell gesehen und im Hirn abgeglichen. Es folgt das Erkennen

Kategorisierung des Bildes

Zu den Bildern gehören verschiedene Kategorien, die sich wie folgt einteilen lassen.

Grafisch
Grafikdesign

Fotos
Illustrationen
Skulpturen
Schriftzeichen

Optisch
Physik

Spiegel
Regenbogen
Bildschirme
Signale

Perzeptuell
Kunstgeschichte

Formen
Visuelle Reize
Gesichter
Wiedererkennen

Geistig
Erkenntnistheorie

Erinnerungen
Träume
Ideen
Pläne

Sprachlich
Literaturwissenschaft

Metaphern
Beschreibungen
Gedichte
Erzählungen

und nachfolgend das Interpretieren. Es ist unsinnig, zu behaupten, dass Texte mit der linken Hirnhälfte verarbeitet werden und Bilder mit der rechten. Wie wenn das Hirn bei der Interpretation eines Bildes nichts Rationales zu tun hätte! Auch Sprache ist nur möglich, wenn linke und rechte Hirnhälfte perfekt zusammenarbeiten. Denn letztlich sind auch Buchstaben nichts als Bilder, und Doppeldeutigkeiten oder Ironie sind eine reine Hirnleistung. Man schreibt dem Hirn etwa 100 Milliarden Nervenzellen zu, die Schaltflächen, die miteinander auf wundersame Weise vernetzt sind. Welch ein Supercomputer!

Vorlaufmerksame Verarbeitung

Wenn unser Hirn visuelle Signale erhält, kommt es zu einer *vorlaufmerksamen Verarbeitung*. Die geschieht in automatischen Prozessen, die in Millisekunden ablaufen, und die wir nicht bewusst steuern können. Eine Person auf der Strasse wiederzuerkennen, ist so eine Leistung. Als Erstes dekodieren wir bei einem Foto die visuelle Ordnung des Bildes: Was ist unten, was oben, was vorn und was hinten? Was ist auf dem Bild zu erkennen? Hier greifen die Gestaltgesetze, die allgemeingültig sind. Zum Beispiel sagt das Figur-Grund-Gesetz, was vorn und was hinten ist. Es gibt eine ganze Reihe von solchen Gesetzmäßigkeiten aus Formen- und Farbenlehre, die gut erforscht und dokumentiert sind.

Aufmerksame Verarbeitung

Danach kommt es zur *aufmerksamen Verarbeitung*. Wir beginnen das Bild zu entdecken und scannen es in Augensprüngen (Sakkaden). Es gibt dabei keine Präferenz, wo das Betrachten beginnt. Beim Lesen ist es anders, wir lesen nun einmal von links nach rechts und von oben nach unten. Das Bild scheint von der vi-



Schauspieler*innen beherrschen das Spiel mit der Mimik. Emotionen wirken in Bildern am stärksten.

suellen Organisation zu leben. Das heißt, wenn das Auge einen Bildteil als Figur vermutet, schaut es eben erst dort nach. Bei einem Porträt, welches rechts im Bild liegt, schaut niemand zuerst in die Mitte oder an den linken Rand.

Der Mensch fühlt sich von bestimmten Reizen unterschiedlich stark angezogen. Nacktheit, kindliche Gesichter, kleine Tiere, Gewalt, Naturkatastrophen, Schrecken, Angst sollen beispielhaft genannt werden. Solche Bilder werden uns die Medien immer wieder servieren, weil sie stärker wirken als Bäume, Pneus oder Kaffeebecher. Dabei werden die Gefühlslage und die Betroffenheit der Leserinnen und Leser ausgenutzt. Diese soziokulturell bedingten Reize funktionieren in allen Gesellschaften unterschiedlich.

Rangfolge der Reize

Christian Doelker spricht in seinem Buch „Ein Bild ist mehr als ein Bild: Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft“, 2002, Klett-Cotta, von einer Rang-

Kodierung der Reize

Nach Doelker berühren uns die Reize nach bestimmten Kriterien. Jedes Bild ist vielschichtig, denn die Kodierungen überlagern sich. Vergleiche Christian Doelker, «Ein Bild ist mehr als ein Bild».

Biologischer Code



Bilder, die mit Action, Sexualität, Erotik, Gewalt, Waffen, Hektik, Nahrung, Kleidung zu tun haben.

Archaischer Code



Vorkulturelle Signale, die wir von unseren Urahnen geerbt haben: Mimik oder Gestik, Feuer, Nestwärme, Rudelverhalten, Kommunikation.

Konventionaler Code



Gesellschaftliche Vereinbarung über gemeinsame Zeichensysteme mit fester Bedeutung: Strassenschilder, Stinkefinger, Piktogramme.

Kategorialer Code



Universelle Bedeutung, die Grössenverhältnisse, Perspektiven, Anordnungen oder Abfolgen zeigen: Diagramme, Landschaften, Sachaufnahmen, Still Life.

Flexibler Code



Bilder mit keiner festen Bedeutung und ohne gesellschaftliche Vereinbarungen: Malerei, Strukturen.

Was ist oben, unten, vorn und hinten? Was ist auf dem Bild zu sehen?



Das Gesetz von Figur und Grund wirkt hier, mit dem wir Vorder- und Hintergrund problemlos unterscheiden können.

Bilder lesen

1

Vorlaufmerksame Verarbeitung

- Visuelle Ordnung
- Gestaltgesetze

2

Aufmerksame Verarbeitung

Reflektorische Zuwendung

- Sakkadenartiges Lesen
- Rangfolge der Reize

Willentliche Zuwendung

- Interesse an Vertiefung
- Interpretation



Der Blick hüpf sakkadenartig über das Bild, um es vollständig zu entschlüsseln.



Die stärksten Reize gehen von Sexualität, Kindern, Gesichtern, Tieren, Gewalt, Katastrophen aus.



Niemand hat die Deutungshoheit des Bildes. Abenteuerlicher Handstand? Nein - Verrücktes Haus in Bispingen.



Reize animieren zum Konsum, hier in einem Verkaufsprospekt für Babyartikel.

folge der Reize, die von einem Bild ausgehen. Die Bildreize haben eine reflektorische Zuwendung zur Folge, der wir uns nicht entziehen können. Wir müssen einfach hingucken. Nicht jeder Mensch ist gleich konditioniert, jeder hat andere Vorlieben und wird etwas anders angesprochen. Doelker schreibt von vier Rangfolgen der Reize, die universell gültig sind:

1. Bewegt vor unbewegt. Alles, was sich bewegt, übt eine stärkere Faszination aus als etwas Unbewegtes. Videoclips auf Youtube fesseln stärker als Fotos auf Instagram oder in einem Buch. Dies ist so, weil eine Bewegung im Blickfeld noch immer unseren archaischen Reflex auslöst, der uns befiehlt: flüchten oder angreifen.

2. Primär vor sekundär. Basierend auf der Maslow'schen Bedürfnispyramide wirken Bilder, die primäre Bedürfnisse wie Nahrung, Kleidung, Schutz, Se-

exualität, Heimat usw. bedienen, stärker als solche, die sekundäre Bedürfnisse wie Möbel, Autos, Beruf oder Laubbläser adressieren.

3. Auffällig vor neutral. Auffällige Fotos sind verfremdet, umgefärbt, zusammengesetzt, mit Filter abstrahiert, aus ungewöhnlicher Perspektive, mit falschem Licht fotografiert, schwarz-weiß, monochrom umgesetzt usw. Ungewöhnlich verarbeitete Fotos wirken auf Covers stärker als normale.

4. Visuell vor verbal. Hier gehts generell um die Aussage, dass Bilder stärker wirken als Text. Als Beispiel sind Piktogramme erwähnt, die unser Leben beim Gebrauch des Handys oder bei Signalisationssystemen erleichtern. Etwas visuell Aufbereitetes wird in den Medien als attraktiver empfunden und eher gesehen als eine Textplantage, die erst mühsam erarbeitet werden muss.

Interpretation

Die aufmerksame Verarbeitung dient dem genauen Erkennen des Bildes als Grundlage für die Interpretation. Bisher ist es uns spielend gelungen, das Bild zu erkennen und auch im Hirn mit gespeicherten Informationen abzugleichen. Die Interpretation ist eine ganz andere Geschichte, weil wir alle auf Reize etwas unterschiedlich reagieren. Bilder erzeugen einerseits Wirkungen, die für alle gleich sind, andererseits aber auch solche, bei denen es starke Unterschiede gibt. Ein Katzenporträt wird von einer Katzennärrin anders wahrgenommen als von einem Katzenhaarallergiker. Zur Interpretation gehört auch das eigentliche Speichern im Hirn. Das formale Abbild wird von der Interpretation überlagert. Das Hirn kennt kein Color Management, es ist ihm egal, ob das Meer vor zwei Jahren im Urlaub eher türkis oder eher azurblau schimmerte. Mit anderen Worten ist das Hirn durchaus in der Lage, mit schlechter Bildqualität, mit Farbstichen oder Unschärfen umzugehen, die in der Wirklichkeit so nicht existieren. Das macht es so schwierig, Bilder objektiv als gut oder schlecht zu qualifizieren. Und so einfach, subjektiv zu behaupten: „Das Bild gefällt mir.“ Oder: „Das Bild gefällt mir nicht.“ Natürlich gibt es Regeln und Gestaltungsgesetze, die beschreiben, was gute Bilder rein objektiv ausmachen. Gefallen und Missfallen hängt aber mit subjektivem Empfinden zusammen.

Die Form kommt vor der Farbe

Die Netzhaut ist etwa 120 Millionen Stäbchen belegt, die für das Hell-Dunkel-Sehen verantwortlich sind, während 6 Millionen Zapfen die Farbreize und die Bewegungen weiterleiten.

Wir sortieren die Reize nicht nach roten, blauen oder grünen Farbwellen. Eine dunkle Gestalt mit zwei Latten an den Füßen auf weißem Grund könnte ein Skifahrer sein. Ein rotes Krabbeltier mit schwarzen Punkten auf einem grünen Etwas? Könnte ein Marienkäfer sein. Das Verwischen der eigenen Kontur mit dem Hintergrund entscheidet in der Tierwelt oft über Leben und Tod. Die Gestalt zu erkennen ist überlebenswichtiger als die Farbe. In der Tierwelt kommt allerdings auch die Signalisation von Gift mittels greller Farbe vor. Wir sind darauf programmiert, zuerst Bewegung wahrzunehmen, dann die Form, dann die Farbe. Der Gral „Farbe“ ist eher sekundär. Aus diesem Grund ist eine klare Formsprache auf Fotos zu bevorzugen, Wimmelbilder sind weniger mediengerecht.

Über den Autor: Ralf Turtschi ist Inhaber der Agentur R. Turtschi AG, visuelle Kommunikation, Thalwil (bei Zürich). Die Agentur war 28 Jahre spezialisiert auf Dienstleistungen in allen Bereichen der visuellen Kommunikation. Der gelernte Typograf ist Autor verschiedener Fachbücher wie Praktische Typografie, Mediendesign, Making of, TypoTuning und Zeichen setzen! Heute arbeitet er freischaffend als Publizist, Buchautor, Verleger, Journalist und Fotograf. Erreichbar ist er unter www.agenturtschi.ch. | turtschi@agenturtschi.ch

Dr. Pingelig

Gratis-App: «Zeichen setzen»,
Facebook: Dr. Pingelig



3 Nächte +
5 Berge = 8
Bergnächte? Das
ausgeschriebene
«und» ist sprach-
lich richtig.

Pluszeichen

Das Pluszeichen ist ein mathematisches Zeichen für die Addition, welches (mit geschützten Leerzeichen) verwendet wird.

12 + 13 = 25

Es wird als Wert vor Zahlen (ohne Leerzeichen) eingesetzt.

Temperatur: +3 Grad.

Die Streuung ist ±5%

Redundanz ist zu vermeiden.

Der Aktienkurs stieg um +2%.

Der Aktienkurs stieg um 2%.

In gewissen markenähnlichen Fügungen wird das Pluszeichen (ohne Leerzeichen) eingesetzt.

die Generation 50+ Google+

Das Pluszeichen wird oft falsch (wie auch das &-Zeichen) in abgekürzten Fügungen verwendet.

Donnerstag + Freitag

Donnerstag und Freitag

Malea + Rico Malea und Rico

Ankauf von Gold + Silber

Ankauf von Gold und Silber

13.15 + 18.15 Uhr

13.15 und 18.15 Uhr

Dorfstraße 14 + 16 + 18

Dorfstraße 14, 16, 18

Dorfstraße 14 / 16 / 18



Ralf Turtschi, «Zeichen setzen!», Satz-, Begriffs- und Sonderzeichen richtig einsetzen, 248 Seiten, Eigenverlag, Preis: EUR 48,- plus Versandkosten. Bestellungen und Infos: www.zeichen-setzen.ch. Dazu Gratis-App für iOS und Android: «Zeichen setzen», siehe Apple App Store oder Google Play.