



Die Wirkung von Bildern kennen

Bildkompetenz erwerben heisst, mit Bildern umgehen können.

Text: Marcus Knill

Vor Jahren wollte ein Pfarrer von mir als Berater wissen, was er tun könne, um die Bankreihen in der Kirche mit seinen Predigten wieder zu füllen. Er bat mich, seinen Gottesdienst zu besuchen. Ich stellte dabei fest: Die Predigt war viel zu abstrakt. Es fehlten konkrete Geschichten und Worte, die Bilder auslösen. Ich verwies ihn auf die Bibel, deren Gleichnisse allgemeingültige Aussagen veranschaulichen.

Im Gespräch zeigte sich, dass der Theologe ein gestörtes Verhältnis zur bildhaften Sprache hatte. Er wollte sich von der Freikirche abheben, weil deren Prediger die narrativen (erzählenden) Elemente nutzen.

Der Zugang zur Bildrhetorik wirkte sich bei besagtem Seelsorger dann aber rasch positiv aus. Die Bänke füllten sich und auch seine Kolumnen in den Medien fanden regen Zuspruch.

Mit den Ohren sehen

Wer gut erzählt, weckt Bilder in den Köpfen der Adressaten. Im Grunde genommen könnten Managerinnen und Manager von Kindergarten- und Unterstufenlehrpersonen das Erzählen lernen. Führungspersonen sind sich leider der Wirkung des narrativen Elementes bei Sitzungen zu wenig bewusst. In meiner Beratertätigkeit empfehle ich ihnen deshalb, das Element

des Erzählens neu zu erwerben (Link: Spiel mit Beispielen).

Ich besuchte jüngst eine Unterstufenklasse und bewunderte die Lehrerin, wie sie die Klasse mit einer Kurzgeschichte innert weniger Minuten in ihren Bann ziehen konnte. Die Kinderaugen machten mir bewusst, wie suggestiv Worte, die im Gehirn Bilder auslösen, sein können. Diese Minuten waren für mich Anschauungsunterricht dafür, was es heisst, das Phänomen «Kino im Kopf» in der Praxis zu erzeugen. Ob sich die Lehrerin wohl bewusst war, dass kein Video oder Schaubild ihre Erzählkompetenz konkurrieren kann?

Heute wird für Präsentationen das neudeutsche «Storrtelling» empfohlen. Alle Menschen schätzen das bildhafte Erzählen einer «Geschichte» oder eines Sachverhaltes, bei dem alle Sinne angesprochen sind und die Zuhörer die Worte gleichsam mit den Ohren sehen. Powerpointfolien erübrigen sich dann (Link: Sinnvoll kommunizieren).

Schriftsteller als Beispiel

Gute Schriftsteller schreiben so, dass Leserinnen und Leser die Bilder vor dem inneren Auge sehen. So hat Martin Suter dank seines filmischen Erzählstils grossen Erfolg.

In der Rhetorik angewendet, wird dieser filmische Erzählstil von den Zuhörern geschätzt. Er ist nicht langweilig, weckt die Aufmerksamkeit und ermöglicht Präsentationen ohne aufwendige zusätzliche Visualisierungen.

Wer so schreibt oder so redet, dass man das Gesagte mit den äusseren Sinnen wahrnehmen kann, nutzt folgende Vorteile:

- Wir können uns die Worte vorstellen.
- Das Konkrete kann nachvollzogen werden (mit den Augen, den Ohren, der Nase, den Händen, der Zunge aber auch mit den inneren Empfindungen).
- Dies weckt nicht nur die Aufmerksamkeit – der Text oder die Aussage ist spannender und unterhaltender als trockene, sachliche Formulierungen.

Alle Sinne ansprechen

In der «Allgemeinen Frankfurter Zeitung» las ich eine Beschreibung von Annette Mingels, die gut veranschaulicht, wie packend eine Schilderung sein kann, wenn alle Sinne angesprochen werden. Ihre Beobachtungen in Zürich sind hervorragend beschrieben. Lesen Sie vorerst nur einmal ein paar Sätze. Es werden verschiedene Sinne angesprochen.

- Die Brioche sind warm und süß (Hände, Zunge).
- Ein rothaariges Mädchen wird von seinem Vater fotografiert (Augen).
- Das blaue Tram fährt bimmelnd durch die Strassen (Ohren).
- Ein Schiff – lang und schmal wie ein Aal (Vergleich).

Wer sich mit angewandter Rhetorik beschäftigt, erkennt bald: Worte müssen Bilder auslösen. Die Lehrpersonen müssten den Jugendlichen schon früh beibringen, ihre Texte so zu gestalten, dass sich Leserinnen oder Zuhörer ein Bild machen und das Erlebte mit möglichst allen Sinnen nachvollziehen können.

Ich kenne einen Kantonsschullehrer, der Aufsätze während einiger Monate nicht mehr nach der Rechtschreibung oder der Logik korrigierte. Er setzte am Rand lediglich Piktogramme wie Nase, Auge, Ohr, Hand oder Zunge, wenn etwas so formuliert war, dass die Sinne oder die Gefühle angesprochen wurden. Wenn nun eine Arbeit nicht mit solchen Sinn-Symbolen versehen werden konnte, gab es Notenabzug. Erstaunlicherweise lernten die Schülerinnen und Schüler auf diese Weise recht schnell konkret zu formulieren, so dass die Leserinnen und Leser die Beschreibungen nachempfinden konnten.

Bild und Bildung

«Worte haben keine Energie, solange sie nicht Bilder auslösen. Das Wort an sich bedeutet nichts, rein gar nichts. Etwas was ich immer im Auge behalte, ist: Welches sind die Worte, die bei den Menschen Bilder auslösen, denn Menschen folgen dem Gefühl des Bildes.» Dieser Gedanke von Virginia Satir (1916–1988, Dozentin für Familientherapie) müsste in der Bildungslandschaft zu einem Kerngedanken werden: Ohne Bild keine Bildung und keine Leistungsverbesserung.

Nicht nur die Werbung, die Suggestopädie, das autogene Training und die Hypnose beeinflussen unser Verhalten mit Bildern. Ausbildung als «hilfreiche Bilder aus den Köpfen wegbringen»

Literatur

Doelker Christian (1999): Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft. Stuttgart: Klett-Cotta.

zu verstehen, wäre völlig falsch. Welches Bild für die Bildungslandschaft Schweiz kann heute weiterhelfen? Für mich ist es das Bild eines Denkkimmers.

Virginia Satirs Erkenntnis, dass Worte nur dann etwas bewirken, wenn sie Bilder in uns auslösen, bestätigt die Ausbildungsgrundsatzthese: «Rede so, dass man das, was du sagst, sieht!» Wir ermuntern die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in unseren Seminaren stets, bildhafte Aussagen zu machen (mit Metaphern, Analogien, Bildern, Beispielen, Geschichten, Erlebnissen). In diesem Zusammenhang verwenden wir seit Jahren ein Piktogramm, das diese Erkenntnis sichtbar macht. Es zeigt ein Ohr mit einem Auge mitten drin.

Das Piktogramm – das übrigens bereits bei mindestens zwei Kommunikationsfirmen als Firmenlogo anzutreffen ist – zeigt, was Wolfram Blocher (von 1933–1958 Pfarrer von Laufen am Rheinfluss, Vater von Christoph Blocher) seine Kinder am Esstisch gelehrt hatte: «Redet so, dass man es sieht!»

Lehrkräfte müssen visuelle Kompetenz erwerben

Prof. Dr. Christian Doelker, emeritierter Dozent für Medienpädagogik, weist immer wieder darauf hin, dass am Anfang das Wort war (Joh. 1.1). Auch in Aus- und Weiterbildung dominierte lange das Wort. Das Bildungssystem war vor allem auf Schriftlichkeit ausgerichtet. Es macht den Anschein, als habe das Verbot «Du sollst dir kein Bildnis machen» das Bild in der Bildung gleichsam ausgemerzt.

In der heutigen Zeit – im sogenannten optischen Zeitalter (Karl Pawek) – werden wir von einer Bilderflut bedrängt. Die Informationsflut (Link: Informationsschwemme) ist das Zeitproblem Nummer 1. Bilder können aber auch helfen, mit der Informationsfülle besser umzugehen. «Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!» Doch gilt es, die Kraft des Bildes zu kennen und Bilder sinnvoll zu nutzen. Bildung verlangt von uns Bildkompetenz – das heisst, wir müssen Bilder lesen lernen.

Visuelle Kompetenz ist mehr als Lesen und Schreiben. Visual literacy bedeutet, die Kulturtechniken Lesen und Schreiben auch auf das Bild-ABC zu übertragen.

Ergänzende Systeme

Wort und Bild sind keine Gegner, sondern sich ergänzende Zeichensysteme.

Die besonderen Leistungen des Bildes sind

- die Konkretheit
- die Räumlichkeit
- die Emotionalität
- die offene Bedeutung

Es muss mit den Spezifitäten des Wortes

- der Abstraktion
 - der Zeitlichkeit
 - der Rationalität
 - der festen Bedeutung
- in der kombinierten Textform (Gesamttext) zusammengeführt werden.

Die Kraft des Bildes

Ein abstraktes Wort ankert kaum im Gehirn. Wenn das Wort jedoch mit einem Bild oder mit Emotionen gekoppelt wird, bleibt es im Langzeitgedächtnis besser haften.

Was leider viele Lehrkräfte nicht wissen: Dank bildhaftem Sprechen können Schülerinnen und Schüler motiviert und beeinflusst werden.

Bilder müssen mit der Botschaft übereinstimmen. «Der Zahn der Zeit wird wieder Gras über diese Wunde wachsen lassen» ist zwar bildhaft, doch nicht stimmig.

Es darf uns nicht gleichgültig sein, welche Bilder Kinder konsumieren. Gewaltverherrlichende Filme und destruktive Bilder beeinflussen die Einstellung der Betrachter unbewusst.

Die Werbung hat die Beeinflussung durch Bilder längst erkannt. Lehrkräfte müssen sich der Kraft von Bildern erst noch besser bewusst werden. Bei meinen Intensivseminaren erhalten die Teilnehmenden am Schluss ein einziges individuelles LernBILD (Piktogramm, das visualisiert, was uns weiterbringt). Dies bewirkt mehr als viele Worte.

Darf ich davon ausgehen, dass alle Schulen ein LeitBILD, eine VISION haben und auch Sie als Leserin ihr LernBILD kennen?

Marcus Knill

ist Medienpädagogin, Experte für Medienrhetorik (www.knill.com) und Autor des bekannten virtuellen Buches (www.rhetorik.ch).

>>> Die im Text angegebenen Links beziehen sich auf die Quelle www.rhetorik.ch. Dort können die Stichworte im Suchfenster eingegeben werden.<<<