

DIE WIRKUNG BEWEGTER BILDER

„Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“

Diese vermeintliche Binsenweisheit hat in den Jahrzehnten der Geschichte der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht an Wahrheit eingebüßt. Im Gegenteil kann festgestellt werden, dass in der zunehmend digitalisierten Medienlandschaft Bilder immer größere Bedeutung gewinnen, wenn es darum geht, Informationen zu vermitteln, Meinungen strategisch zu beeinflussen und Zielgruppen zu Handlungen zu bewegen.

Auch die klassische Pressearbeit macht sich diese Erkenntnis inzwischen routiniert zunutze. Wer eine Pressemitteilung verfasst und versendet, tut grundsätzlich gut daran, dieses geeignete, hochwertiges Bildmaterial beizulegen. Dies erhöht nicht nur maßgeblich die Chancen auf eine Veröffentlichung, es bietet auch die Möglichkeit, neben dem eigentlichen Text, auf subtile Weise die Botschaft einer Nachricht zu transportieren, zu unterstreichen und beim Empfänger zu verankern.

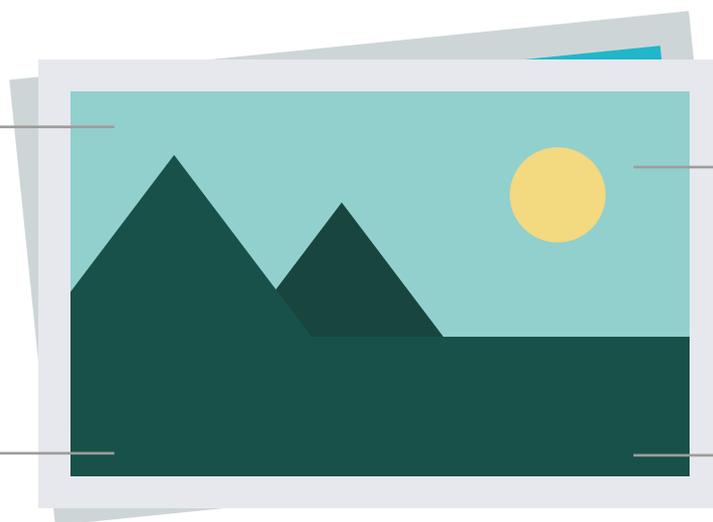
Die Wirkung von Bildern ist Bestandteil umfassender Forschung unter anderem der Neurophysiologie und der Psychologie. Hier wird im Detail erforscht, wie Bilder wahrgenommen werden und wie sie wirken.

Dem Menschen stehen insgesamt fünf Sinne zur Verfügung. Der visuellen Wahrnehmung kommt hierbei eine übergeordnete Bedeutung zu. Die Forschung hierzu belegt, dass etwa 80% der Aufnahme von Informationen über die Augen erfolgt.

Bilder werden vom Betrachter in Bruchteilen von Sekunden erfasst. Dies geschieht sowohl bewusst als auch, in weiten Teilen, unbewusst. Die Informationsaufnahme durch das Lesen von Texten ist im Vergleich um ein Vielfaches langsamer.

Beim Betrachten von Bildern findet unbewusst sofort eine emotionale Bewertung des Gesehenen statt. Bildinhalte werden mit Bekanntem in Relation gesetzt und so emotional bewertet. So werden positive wie auch negative Erfahrungen und daraus resultierende Empfindungen unbewusst übertragen.

Der Mensch traut sprichwörtliche den eigenen Augen mehr, als anderen Formen der Informationsvermittlung.



Was für einfache, statische Bilder gilt, ist auch auf bewegte Bilder übertragbar. Streng genommen handelt es sich bei jedem Film nur um eine schnelle Abfolge einzelner Bilder, für welche die gleichen Erkenntnisse hinsichtlich der Wahrnehmung gelten.

Darüber hinaus bietet der Film jedoch zusätzlich zahlreiche weitere Möglichkeiten. Zum einen erweitert er die Sinneswahrnehmung um die akustische Komponente. Diese trägt ebenfalls zur subjektiven Bewertung durch unbewussten Vergleich mit Bekanntem bei. Zum anderen lässt sich mit bewegten Bildern die Aufmerksamkeit des Betrachters schneller, nachhaltiger und intensiver binden und darüber hinaus gezielt steuern.