

Die Verführung des Horrors

Wirkungsvollste Massenbeeinflussungstechniken mittels Bildmedien
in der zeitgenössischen Berichterstattung
– erkennen und entschärfen lernen

Vortrag im Rahmen des Hegau-Bodensee-Seminars von
Dipl. Des. Viktoria Kirjuchina

Protokoll: S. Lohner, März 2017

Frau Kirjuchina schlug in Ihrem Vortrag eine Brücke zwischen den Bereichen der Kunst, Rhetorik und Neurophysiologie. Im Mittelpunkt dieser interdisziplinären Betrachtung stand die Frage, wie man ein Bild mit maximaler emotionaler Wirkung erzeugen kann.

Dabei stellte sich heraus, dass bereits die Rhetoriker des antiken Roms (z.B. Quintilian) wussten, dass eines der stärksten Stilmittel jeder Rede das Auslösen von „Phantasien“ im Hörer ist – also Fantasiebilder, die jeder Einzelne mit seinen individuellen Erfahrungen und Emotionen ausfüllt.

Die Maler des 16. und 17. Jahrhunderts versuchten diese Technik auf Ihre Bilder zu übertragen, indem Sie zum Beispiel Zuschauer in einer tragischen Szenerie bewusst verschleierte, damit der Betrachter sich selbst in die Rolle der Figur hineinversetzen kann („Grablegung Christi“, Tizian). Andere ließen Bereiche des Bildes im Dunkel, um so die Fantasie des Betrachters anzuregen („Der Tod der Hl. Klara“, Bartolomé Esteban Morillo).

Frau Kirjuchina nennt diese Methode in Bildern die „Eclipse-Technik“, also das bewusste Auslassen oder Verschleiern von Details, um die Fantasie des Betrachters anzuregen. Mit einem Blick auf die Neurophysiologie wurde klar, wie dieser Prozess im Gehirn funktioniert. Normalerweise werden Bildinformationen über den Thalamus an den visuellen Cortex (also die Sehrinde) weitergeleitet. Dieser verarbeitet das Bild, erkennt worum es sich handelt und leitet die eventuell notwendigen körperlichen Reaktionen über die Amygdala ein. Es gibt aber auch Fälle, in denen der Thalamus emotional aufgeladene Bilder erkennt und sofort die Amygdala alarmiert, um möglichst schnell die Reaktionen auszulösen (z.B. Flucht beim Erkennen einer Schlange). Handelt es sich nun um einen Grenzfall, in dem ein erkanntes Bild (z.B. ein dunkles Stromkabel in einem Flur) einem emotional aufgeladenen Gegenstand ähnelt (z.B. der Schlange), kann der Thalamus die Amygdala fälschlicherweise aktivieren und der Körper reagiert – durch Schwitzen oder schnelleren Herzschlag – obwohl gar keine Gefahr besteht.

Zur Verdeutlichung, wie die bisher besprochenen Techniken auch in modernen Medien eingesetzt werden, zeigte Frau Kirjuchina Poser einer Kampagne, die zum Tragen von Sicherheitsgurten aufforderte. Diese zeigten eng umschlungene Menschen (z.B. Vater und Sohn, oder Ehemann und Ehefrau), bei denen der Eine die andere Person sicher festhält - wie ein Sicherheitsgurt. Im Betrachter löst das Bild Emotionen aus, nicht auf Grund der reinen Bildinformation sondern durch den implizierten Verlust, wenn zum Beispiel durch einen Autounfall ein geliebter Mensch stirbt, da er keinen Sicherheitsgurt getragen hat.

Zum Abschluss ihres Vortrags zeigte Frau Kirjuchina noch eine Serie von Fotos aus Online- und Print-Medien rund um verschiedene Terror-Attacken der letzten Zeit. Es wird klar, dass diese Fotos (ob von den Medien beabsichtigt oder nicht) all die Punkte erfüllen, die bereits von Quintilian, den Malern des Mittelalters und den modernen PR-Kampagnen genutzt wurden: Eine verhüllte Leiche, eine Puppe in der Mitte einer blutverschmierten Straße, einen weinendes Paar, das sich in Händen hält, Rettungskräfte, die hektisch herumlaufen. All diese Bilder lösen im Betrachter starke Emotionen aus, da man sich selbst in der Situation sieht oder um den Verlust von geliebten Menschen bangt.

Frau Kirjuchina betonte zum Ende nochmals, dass es wichtig ist, sich über diese Wirkmechanismen von Bildern im Klaren zu sein. Nur so kann man versuchen, eine Distanz zu den Eindrücken zu gewinnen und sich von diesem Horror nicht buchstäblich erschlagen zu lassen.