

## Wort und Bild

*H*ier nehmen wir zwei überaus mächtige Instrumente unter die Lupe. Jeden Tag werden wir mit ihnen konfrontiert, jeden Tag versucht ein mit ihnen verbundener Geist in uns einzudringen, jeden Tag ist der eigene Geist jedes Einzelnen Zielobjekt von Absichten anderer Geister. Unter diesen anderen gewinnen diejenigen den größten Einfluss, die psychologische Vorgänge, durch Worte und Bilder veranlasst, am besten zu steuern wissen.

Als Gemeinschaftswesen kann kein Mensch diesem Sachverhalt entweichen. Andererseits erlaubt die grundsätzliche eigene Reflexionsfähigkeit des Menschen eine gedankliche Filterung von alledem, was ihn an Informationen oder überhaupt sinnlich wahrgenommenen Mitteilungen erreicht. Welche Folgerung können wir nun aus dieser Kenntnis ziehen?

Zunächst wird daraus die Notwendigkeit erkannt, die eigene geistige Filteranlage selbst zu reflektieren, das heißt, sich ihre Grundsätze und ihre Kalibrierung bewusst zu machen. Diese Beschäftigung ist nicht nur ein wesentliches Verfahren von psychologischen bzw. psychotherapeutischen Schulen, sondern durch das Geheimnis begründet, das den Menschen zum Menschen macht – also durch sein Wesen oder, wie es Gelehrte ausdrücken: durch seine Hypostasis (griech.) oder seine Substanz (lat.). Somit betrifft es jeden Menschen, ob er will oder nicht. Die Frage hierbei ist nur: Besteht auch der Wille, dem menschlichen Wesen gerecht zu werden und diese spezifische Fähigkeit zu betätigen? Weiters kann man fragen: Wo zieht ein vorhandener Wille dieser Art seine Grenzen.

Da wir alle mehr oder weniger gemeinschaftsorientiert sind, tritt als Wirkung von Einflüssen, wie oben beschrieben, das Phänomen der Masse auf. Um eine Vorstellung von "Masse" in seiner Grundbedeutung zu erhalten, können wir an einen Brot- oder Kuchenteig denken (Masse = ungestalteter Stoff, Klumpen aus durchgehend gleichem Material, Haufen, Fladen ...). Gustave le Bon (1841–1931) nahm den Begriff "Masse" in die Psychologie auf und

schrieb den Klassiker "Die Psychologie der Massen". Er war freilich nicht der einzige Psychologe seiner Zeit, der sich mit dem Phänomen der Masse beschäftigte. Achten wir darauf, dass es hier um eine wissenschaftliche Untersuchung der Psyche geht. Nun, dieses Wort ist die griechische Benennung der Seele. Gleichwohl ist es heute sinnvoll, zwischen Seele und Psyche insoweit einen Unterschied zu definieren, als mit "Psyche" all das gemeint ist, was sich als seelische Phänomene systematisch-wissenschaftlich beschreiben lässt. Die Seele selbst ist ja für andere nicht fassbar, nur ihre mehr oder weniger verschlüsselten kommunikativen Äußerungen sind es.

Wirkungen, die zu einer Menschenmasse führen, sind zugleich Wirkungen, die die Fähigkeit zu richtigen Schlussfolgerungen hemmen. Der in den Massenmodus manipulierte Mensch ist nicht mehr imstande, ohne Abkoppelung seiner Psyche von der betreffenden Manipulation das in Frage stehende Thema vernünftig (rational) zu behandeln oder zu bewerten. In der Masse haben Emotionen die Herrschaft übernommen. In diesem Zustand regiert weder der Kopf als Sitz der Vernunft noch das Herz als Sitz des bedachten Willens, sondern der Bauch, der den Gefühlen den Thron bereitstellt. In der Psychoanalyse (Tiefenpsychologie) Sigmund Freuds (1856–1939) repräsentiert der Bauch das Es, die menschlichen Triebkräfte. Das Zusammenspiel von Denken, Fühlen und Wollen ergibt schlechthin das, was am Wesen des Menschen erkennbar, jedoch nicht umfassend beschreibbar ist.

Gustave le Bon beschreibt eine Menschenmasse nicht als eine große Anzahl von Menschen wie etwa eine weit überwiegende Mehrheit eines Volkes, sondern einen psychologisch beschreibbaren kollektiven Zustand, der durch eine und dieselbe emotionale Bewegung in mehreren Menschen eingetreten ist. Demnach kann auch eine kleine Schar von Menschen zu einer Masse werden. Da auch eine Gesellschaft durch etwas Gemeinsames gekennzeichnet ist, das die ihr angehörenden Menschen verbindet, liegen die Begriffe "Masse" und "Gesellschaft" eng nebeneinander, nur dass bei der Masse eben der emotionale Bereich die entscheidende Rolle spielt, bei der Gesellschaft hingegen eher ein objektives Interessensgebiet.

In historischen Zeiten verstanden Meister der Rhetorik ohne elektrotechnische oder gar elektronische Hilfsmittel aus großen Zuhörerschaften Massen zu schaffen. Gegenwärtig steht jedoch weit mehr zur Verfügung, was zu diesem Zweck eingesetzt werden kann. Vor allem ist es die Macht des Bildes — seien es Standbilder oder Laufbilder — die sich anbietet, zur Massenbildung und psychischen Massen-Manipulation eingesetzt zu werden. Edward Bernais zeigt in seinem Buch "Propaganda" auf, dass große Wirtschaftsunternehmen in dieser Sache den Politikern vorausgegangen waren. Erst als die die großen Erfolge der Wirtschaftspropaganda, erkannt hatten, übernahmen auch sie diese Vorgangsweise. Als die Bezeichnung "Propaganda" anfing, negativ empfundene Nebenvorstellungen zu wecken, wurde sie nach und nach durch das Wortpaar "Public Relations" ersetzt. Die wörtliche Übersetzung dieses Begriffspaares zu "öffentliche Beziehungen" ist im Deutschen eher vermieden worden. Statt dessen sagt man "Öffentlichkeitsarbeit", wobei mit der englischen Benennung ja in der Tat eher die Anbahnung solcher Beziehungen gemeint ist. Treffender würde dieses Konzept mit "geschäftswirksame Massensuggestion" benannt werden.

Aus dieser Perspektive erscheinen die sogenannten Massenmedien nicht mehr primär als Medien für die Masse, sondern als Medien, die Massen bilden. Nachdem auf diese Weise durch Konditionierung entsprechende Massen geschaffen worden sind, dürfen sie als Medienkonsumenten weitgehend auf Dauer als gesichert angesehen werden. Noch deutlicher kann die geschäftliche Absicht hinter diesem Vorgang nicht mehr hervortreten. Je mehr dabei das Bild eingesetzt wird, etwa ein den Text begleitendes Foto, desto stärker fügt sich ein zusätzlicher Wirkungsfaktor zur kolportierten Botschaft — ganz nach dem geflügelten Wort: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.

Stimmt diese Aussage? Sagt ein Bild wirklich mehr als Worte? Wir kommen der Sache näher, wenn wir hier "sagen" durch "wirken" ersetzen. Ein Bild wirkt mehr als tausend Worte. Es wirkt stärker als ein Text, und zwar besonders im Hinblick auf die Bildung einer Masse, weil es auf direktem Weg die Emotionen anspricht. Vor längerer Zeit stieß ich auf einen populärwissenschaftlichen Text zu dieser Thematik. Darin war davon die Rede, dass die

neuronalen Wege der Bildwahrnehmung anders verlaufen als die der Textwahrnehmung. Das leuchtet schon deshalb ein, weil ein Bild im Unterschied zu einem Text nicht verbal und grammatisch aufgeschlüsselt werden muss, um verstanden zu werden, sondern unmittelbar im Bewusstsein eintrifft und erst dann, wenn überhaupt, vom Betrachter in seiner dominanten Sprache geistig beschrieben und interpretiert wird. Der Verstand ist demnach bei der Bildwahrnehmung nicht so eingebunden wie beim Verständnis eines Textes.

Mit Bildern werden also auf verkürztem Weg ohne analytische Bearbeitung der eintreffenden Informationen Emotionen geweckt, entweder angenehme bei ästhetischer Entsprechung oder unangenehme durch unästhetische oder sonst abstoßende Wirkung. Wenn jemand laut jener Abhandlung lange Zeit, über Jahre hinweg, wenig liest, aber viele Bildinformationen aufnimmt, gewöhnt sich das zuständige Reizleitungssystem an die Verlauf des Bildwahrnehmungs-Weges, so dass es vorherrscht und Worte nicht mehr ausreichend analysiert, reflektiert und zueinander in Beziehung gebracht werden. Das Vermögen, aufgenommene Informationen kritisch zu prüfen, wird auf diese Weise signifikant verringert, der Eintritt von Massensuggestion und Massenbildung hingegen stark gefördert. So werden allfällig vorliegende Widersprüche im Sinngehalt der eintreffenden Informationen nicht mehr erkannt.

Ausschnitte aus einem Kontext können ohne ihn oft anders interpretiert werden, als sie gemeint sind. Das betrifft sowohl Texte als auch Bilder. Dazu kommt die Möglichkeit, Änderungen sowohl an Texten als auch an Bildern vorzunehmen. Die technischen Werkzeuge zur Bearbeitung von Bildern sind auf höchstes Niveau gebracht worden, so dass aus ihnen nahezu alles gemacht werden kann, was gewünscht wird. Dem Einsatz emotionaler Bildwirkungen zu bestimmten Zwecken sind kaum noch Grenzen gesetzt, während ein stets angestiegener, extrem verbreiteter Bildkonsum die darauf abgestimmten Abläufe der Wahrnehmung bei den meisten Menschen entsprechend fixiert hat. Das Ergebnis sind hochgradig emotionalisierte Gesellschaften mit Gliedern, deren Fähigkeit zur Selbstreflexion weitgehend blockiert ist. Der erfahrene deutsche Psychiater und Psychotherapeut Joachim Maaz spricht von einer narzisstischen Gesellschaft. Das ist in gutem, allgemein ver-

ständlichem Deutsch eine selbstgefällige Gesellschaft — eine Gesellschaft in einem sozial absolut toxischen Zustand.

Selbstreflexion setzt einiges voraus, was in solchen Gesellschaften nur noch selten anzutreffen ist. Das Gebot der Stunde ist es, sich diese Voraussetzungen wieder zu erarbeiten, denn von selbst in Schoß fallen sie uns nicht. Wir müssen uns von moralischer und sozialer Kritik, die aus manipulierten Emotionen sprosst und immer destruktiv ist, abwenden, wenn der Niedergang der Vernunft aufgehalten werden soll. Konstruktive Kritik ist nicht emotional, sondern in Logik und Vernunft begründet.

Unser Begriff "Logik" geht letztlich auf das griechische Wort "logoi" (logos) zurück, dem ein umfangreiches Bedeutungsfeld zugeordnet wird, wobei die Bedeutung "Wort", "Sprechen", "Rede", "Nachricht", "Mitteilung" im Vordergrund steht. Dieses Wort wird auch im Sinne "Vernunft" gebraucht, was den engen Zusammenhang von "Wort" und "Vernunft" schon erahnen lässt. Wir müssen uns auf das Wort hin ausrichten und die neuronalen Wege trainieren, auf denen das aufgenommene Wort verarbeitet wird. Es versteht sich von selbst, dass dabei der Bildkonsum drastisch eingeschränkt werden muss. "Bildfasten" ist angesagt, um dem Weg der Bildwahrnehmung die Dominanz zu entziehen und wieder der Wahrnehmung der Worte die ihr zustehende Vorherrschaft einzuräumen. Nach dieser Notwendigkeit richten wir uns hier; daher sind hier viele Texte zu finden und nur wenige Bilder. Die Besucher unserer Seiten können mit ihnen dieses Training sofort beginnen. Die Ergebnisse treten nicht von heute auf morgen ein. Sie verlangen, dass man den so eingeschlagenen Weg fortsetzt — auf Lebenszeit. Doch dann sind sie auch entsprechend unausbleiblich und befreiend.

**Heute anfangen und morgen dranbleiben!**

*(zurück zum Sachbereich)*