

Die Wahrnehmung und Bewertung von Wahlplakaten: Ergebnisse einer Eyetracking-Studie

Stephanie Geise, Frank Brettschneider

1 „Der Mensch, das Augenwesen, braucht das Bild“ (Leonardo da Vinci)

Politik braucht Vermittlung. Die demokratietheoretische Relevanz dieser Erkenntnis ist nicht erst im Medienzeitalter Anlass für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Rezeption politischer Informationen und ihrer Wirkung auf politische Einstellungen und politisches Handeln. Doch wird im Medienzeitalter ein Wandel in der Art der Politikvermittlung diskutiert. Schlagworte wie „Inszenierung“ und „Theatralisierung“ stehen dafür ebenso wie die viel zitierte Entwicklung zum „Politainment“. Eng damit verbunden ist die zunehmende Bedeutung visueller politischer Kommunikation. Vor allem auf „praktischer“ Ebene führt die Erkenntnis, dass Bilder früher, schneller und unmittelbarer wahrgenommen werden als Texte, über ein höheres Aktivierungspotenzial verfügen, bessere Gedächtnisleistungen erzielen sowie nachhaltiger und emotionaler beeinflussen können (vgl. Kroeber-Riel 1993: 13f.; Pepels 2001: 3), zu einer verstärkten Integration von Visualisierungen in das Feld der politischen Kommunikation. Insofern kann durchaus von einem „revival of the image“ (Paivio 1979: 6) gesprochen werden. Auch in Formulierungen wie *pictorial turn* (Mitchell 1992: 89), *iconic turn* (Boehm 1994: 13), *imagic turn* (Fellmann 1997: 147) oder *visualistic turn* (Sachs-Hombach 2003: 10) kommt die zunehmende Bedeutung der visuellen Kommunikation im Kontext der veränderten Medienrealität zum Ausdruck.

Doch der Prozess der Visualisierung der Gesellschaft, der in seinen gesellschaftlichen Konsequenzen mit Prozessen wie der Individualisierung, der Differenzierung von Lebensformen oder der Pluralisierung von Werten vergleichbar ist (vgl. Beck 1986: 116ff.), wird durchaus mit Skepsis betrachtet. Die „diffuse Allgegenwart des Bildes“ (Boehm 1994: 11) geht mit einer spürbaren Besorgnis einher. So lässt sich mit Meckel (2001: 29) feststellen, dass unsere Kultur „unter einer historischen Bildstörung“ leidet, die sich im Alttestamentarischen Bilderverbot „Du sollst dir kein Bildnis machen“ (Exodus 20,4) ebenso begründet wie in der „Instrumentalisierung des Bildes als Symbol kulturell-nationaler Entartung im Nationalsozialismus“. Bis heute halten sich Positionen, die Schriftkultur mit Literarität, Intellekt und Rationalität verbinden, Bildkommunikation dagegen als populär, trivial und manipulativ einstufen (vgl. Meckel 2001: 29). Für Boehm (1994: 35) sind visuelle Informationen als kritisch zu bewerten, weil „deren Grundtendenz auf Suggestion zielt“. Und wenn Meyer (2001: 107) formuliert, dass „der Stil der visuellen Eindrücklichkeit die diskursive Erfahrung der sozialen Welt, die rationale Verständigung und den kritischen Diskurs“ verdrängt, legt er damit den Kern der Kritik an Visualisierungsprozessen offen: Die Visualisierung der Politik scheint aus dieser Perspektive dem Paradigma der deliberativen Demokratie entgegenzustehen (vgl. Habermas 1990: 104). Der demokratische Anspruch an einen „wahrhaftigen“ Diskurs lässt sich, so die Kritik, mit zunehmender Visualisierung

immer weniger erfüllen. Visuelle Informationen, so wird unterstellt, wirken emotional, nicht sachlich, sie basieren auf einer emotional-assoziativen, nicht auf einer rational-analytischen Argumentationslogik (vgl. Müller 2003) – und erscheinen damit für einen „aufgeklärten“ politischen Diskurs ungeeignet. Politik werde im Zuge zunehmender Visualität sinnentleert; Themen würden durch visuelle Inszenierungen und emotionale Assoziationen überlagert, Sachentscheidungen und Argumente gerieten in den Hintergrund. Träfen diese Annahmen zu, führte Visualität zu einer „Entpolitisierung“.

Möglicherweise ist dies auch ein Grund dafür, dass sich die Politik- und die Kommunikationswissenschaft nur zögerlich mit der Bedeutung von Bildern für die Politikvermittlung beschäftigen. Visuellen politischen Informationen kommt im Rahmen der politischen Kommunikationsforschung „nach wie vor [eine] unterbelichtete Rolle“ zu (Sarcinelli 2005: 100; vgl. auch Müller 2003). Dabei wäre auch eine positive Sicht denkbar: Die Visualisierung komplexer politischer Sachverhalte könnte nämlich mitunter einen potenziellen Weg aus der Krise politischer Repräsentation bieten, denn diese Sachverhalte lassen sich visuell nachhaltiger, verständlicher und wirksamer kommunizieren als mit rein textlichen Zeichen. Zudem sind sie auch Personen mit geringer formaler Bildung zugänglich. Tatsächlich liefern Ansätze zur Rezeptions- und Kognitionsforschung für diese Argumentation ebenso deutliche Hinweise wie Theorien zu Wahrnehmung, Lernen und Erinnern. Die in diesen Forschungsbereichen gewonnenen Erkenntnisse belegen recht übereinstimmend den so genannten *picture superiority effect*, der sich wie folgt zusammenfassen lässt: Bilder wecken mehr Aufmerksamkeit als Texte, sie werden schneller entschlüsselt, länger und besser erinnert, besser und schneller wiedererkannt, können Informationen damit schneller transportieren und mental fixieren, werden nahezu automatisch aufgenommen und mit geringerer kognitiver Kontrolle verarbeitet (vgl. Kroeber-Riel 1993: 14; Lachmann 2002: 130). Im Gedächtnis visuell verankerte Erinnerungen, Einstellungen und Verhaltensdispositionen sind dauerhafter und nachhaltiger wirksam als solche, die lediglich begrifflich-verbal rekonstruiert werden. Visuelle Kommunikation besitzt also ein eigenes Kommunikationsprinzip, das erheblich von der sprachlich-textlich dominierten Kommunikation abweicht.

Zudem werden Bilder in größeren Sinneinheiten aufgenommen als Sprachinformationen. Um ein Bild mittlerer Komplexität so intensiv aufnehmen zu können, dass es auch langfristig erinnert werden kann, muss es nur etwa eine bis zwei Sekunden betrachtet werden (Kroeber-Riel 1993: 53). In derselben Zeitspanne können dagegen nur etwa fünf bis sieben einfache Worte decodiert werden. Tachistoskoptests, mit denen die Wahrnehmung und Reaktionsfähigkeit nach kurzer Darbietung optischer Reize getestet wird, belegen, dass Rezipienten bereits nach nur einer Hundertstelsekunde in der Lage sind, visuelle Inhalte thematisch zu erkennen, grob zu erinnern und grundsätzlich zu beschreiben (vgl. Kroeber-Riel 1993: 63; von Rosenstiel 1990: 64). Visuelle Inhalte können also wesentlich schneller als Textinformationen aufgenommen werden, was Kroeber-Riel (1993: 53) zu der bekannt gewordenen Formulierung „Bilder sind schnelle Schüsse ins Gehirn“ veranlasste.

Die Informationsaufnahme bei Texten erfolgt dagegen eher in gebrochenen „Sprüngen“ und führt damit zu einer sequentiell-analytischen Verarbeitung (vgl. Leven 1991: 55). Mit Paivio (1979: 33) erfolgt die Textwahrnehmung in einem *sequential processing system* schon deshalb different zur Bildwahrnehmung, weil die Grammatik der Sprache eine temporale Ordnung der Kommunikationselemente voraussetzt. Insofern determiniert oft bereits die zeitliche Vor- oder Nachordnung der verbalen Informationen die inhaltliche Bedeu-