



„Die kleine Familie“, Foto: Pitopia / Ruth

WIE GEFÜHLE ÜBER BILDER TRANSPORTIERT WERDEN EMOTIONSFLUT

Strahlende Freude, Geborgenheit in der Familie, ekstatische Begeisterung – das sind die positiven Umfelder, in denen die Werbung gerne ihre Produkte platzieren möchte. Transportiert werden diese Empfindungen über Bilder, denn es gibt keine einfachere – und bessere – Möglichkeit, Emotionen darzustellen als ein Bild zu verwenden: Bilder mit emotionalem Charakter wirken sehr eindeutig, werden vom Betrachter schnell und intuitiv erfasst. Ute Jansing zeigt Art Buyern wie sie Gefühle zeigen können.

Bilder sind ideal, wenn es darum geht, Stimmungen, Gefühle und Eindrücke zum Ausdruck zu bringen. Sie sagen viel mehr als große und schöne Worte und lösen urinstinktiv Emotionen aus. Da jeder Mensch Emotionen von Kindesbeinen an kennt und automatisch darauf reagiert, ist die Interpretation größtenteils problemlos. So können passende Bilder optimal eingesetzt werden, wenn Emotionen ausgelöst und verdeutlicht werden sollen, sei es in Werbekampagnen, in Presse-Artikeln, im Buch oder via Internet.

WAS IST EINE EMOTION?

Emotionen sind komplexe Muster, die bereits angeboren sind und sie werden benötigt, um bestimmte Reaktionen auszulösen und dem Einzelnen ein schnelles und der Situation entsprechendes Handeln zu ermöglichen. Bei der Entstehung und dem Ablauf emotionaler Vorgänge wirken Mechanismen der Verarbeitung externer oder interner Reize. Eine Emotion ist also ein Prozess, der durch die unbewusste und/oder bewusste Wahrnehmung und Interpretation eines Objektes oder einer Situation ausgelöst wird. Hauptträger beim Ausdruck von Gefühlen ist das menschliche Gesicht: Seine Mimik verrät uns recht unmittelbar den emotionalen Zustand des Menschen. Entsprechend werden bei der Illustration von Emotionen gerne Portraits von Einzelnen oder kleinen Gruppen eingesetzt. Psychologische Studien haben gezeigt: je sympathischer das Gegenüber empfunden wird, desto schneller sind Betrachter bereit, seine Gefühle zu teilen, emotional „mitzugehen“.

WELCHE EMOTIONEN GIBT ES IN DER BILDSPRACHE?

Im Bereich der Werbung ist das am meisten verbreitete Emotionsbild sicherlich die Freude oder Begeisterung. Sie soll vorrangig einen Kaufimpuls durch ihre positive Wirkung auslösen. Aber auch coole Bilder, die Gelassenheit ausdrücken, finden des Öfteren Verwendung, besonders wenn es um Produkte und Berichte für und über junge Menschen geht. Eine emotionale Erregung, die zum Ziel hat, dass sich ein Produkt besser verkauft oder auch einen Produktnamen besser in das Gedächtnis einzuprägen, wird oft mit Extase in Verbindung gebracht. Besonders typische Männerprodukte und Männerthemen wie beispielsweise Autos werden daher häufig mit sexy aussehenden Frauenbildern vermarktet. Ein Urinstinkt, der bei der Zielgruppe automatisiert ausgelöst wird, dem sich



„Wut“
Foto: Pitopia / Jan Sommer

die meisten Männer nicht wiedersetzen können. Um auf Missstände aufmerksam zu machen, also auch emotional an- und aufzuregen, werden hingegen eher Bilder mit Wut, Ärger, Abscheu und Ekel gewählt. Missstände sind per definitionem etwas Negatives und deshalb wird eine Emotion hervorgerufen, die negativen Charakter hat. Vertrauen ist nur schwer mit einem Gesichtsausdruck einer Person auf einem Bild zu vermitteln. Deshalb wird hier gerne auf ein Symbolbild zurückgegriffen, das Akzeptanz auslöst und vertrauensvoll wirkt. Über zwischenmenschliche

Nähe etwa lässt sich Vertrauen recht gut vermitteln. Beim Betrachter entsteht ein Gefühl der Harmonie, ausgelöst durch eine vertrauliche Situation. Daneben gibt es noch die Panik und die Angst oder auch die Besorgnis. Diese wiederum lassen sich gut mit einem Gesichtsausdruck einer Person bildhaft vermitteln. Diese Emotionen sind einfach, eindeutig und von jedermann nachzuvollziehen, da sie mit den menschlichen Urinstinkten direkt verhaftet sind. Bleiben noch die Verwirrung und die Überraschung. Diese können aber sowohl positive als auch negative Assozia-

Emotion

Weitere Begriffe als Suchideen

Freude	-->	lachen, Spaß, fröhlich, springen, Glück
Vertrauen	-->	Geborgenheit, Hände, umarmen, seriös
Begeisterung	-->	Lachen, Fans, Jubel, Spaß, Sieg, Sprung
Extase	-->	Jubel, ausflippen, Springen, Leidenschaft
Ärger, Wut	-->	Aggression, schreien, Zorn, Stress, Frust
Trauer	-->	Kummer, depressiv, frustriert, müde, Krise
Schwermut	-->	Melancholie, nachdenklich, Depression
Ekel	-->	Abscheu, Phobie, Widerwille, Angst, Spinne
Gelassenheit	-->	Ruhe, ausgeglichen, Meditation, entspannt
Langeweile	-->	gelangweilt, gähnen, nachdenklich, müde
Interesse	-->	aufmerksam, Neugier, konzentriert, Wissen
Wachsamkeit	-->	aufmerksam, Erdmännchen, Raubvögel

tionen hervorrufen, je nachdem, welche individuellen Erfahrungen der Betrachter damit verknüpft. Überraschung im positiven Sinn basiert auf einem unerwarteten freudigen Ereignis, ins Negative gewendet findet sich der Mensch von Unangenehmem überfallen, über-rumpelt.

Kummer, Traurigkeit, Schwermut und Verstörtheit haften nun eindeutig das Negative an. Es sind belastende Emotionen, die auf negativen, schicksalhaften Ereignissen beruhen und eine tiefe Betroffenheit auslösen können. Gedanken zu diesen Emotionen lassen graue und triste Bilder im Kopf entstehen - und zwar fast wie von selbst.

Zuletzt seien noch die Wachsamkeit, das Interesse und ihre gegenteilige Entsprechung, die Langeweile, genannt. Bildhaft sind diese nicht einfach umzusetzen, jedenfalls nicht so eindeutig wie viele andere der genannten Emotionen. Besonders das Interesse ist nur schwer mit einem einzelnen Motiv auszudrücken, da die Interessensgebiete von Menschen generell zu vielschichtig und individuell sind. Soll jedoch nur eine bestimmte, klar definierte Zielgruppe angesprochen werden, wird es einfacher, ein passendes Bild zur gewünschten Emotion zu finden.

EMOTIONEN IHRE FARBEN ZUORDNEN

Farben lösen Emotionen aus. Sie erregen unsere Aufmerksamkeit, wenn sie in einem Bild eindeutig dominierend sind. Die auslösenden Assoziationen sind einem Grundschema unterworfen, obwohl die Eindrücke, die Farben hinterlassen, bei jedem individuell sind.

Rot ist die stärkste Farbe, mit der viele Emotionen wie Leben, Liebe und ähnliches verbunden sind. Gezielt eingesetzt sorgt die Farbe Rot für Energie und Aktivität, sie belebt. Große rote Farbflächen können dagegen Aggressivität hervorrufen, Wut kann entstehen.

Blau ist eine kühle Farbe, die dennoch

„Unpack gifts“
Foto: Pitopia / Val Thoenner



beruhigend und organisiert wirkt. Oft wird sie für technische Objekte und Sachverhalte eingesetzt. Sie beeinflusst uns positiv, mindert negativen Emotionen wie Verwirrung, Kummer und Traurigkeit und schafft ein Gefühl der Ausgeglichenheit.

„Red - Red“
Foto: Pitopia / Fotologie



Grün ist die Farbe der Natur. Eine Mischung verschiedener Grüntöne wirkt wohltuend, entspannend und vertrauens-erweckend. Dunkelgrün oder zu grell gewählte Grünnuancen („Giftgrün“) können jedoch Panik entstehen lassen oder angstauslösend wirken. Es kommt dann zu Aufwühlungen und erdrückenden Gefühlen.

Gelb ist eine warme Farbe wie Sonnenstrahlen, die positive Impulse und Aktivität weckt. Die auslösende Freude und Erregung erwecken kreative Impulse und regen an.

MIT EMOTIONALEN BILDERN WIRKUNG ERZIELEN

Das Wissen über Emotionen und ihre Bedeutung ist Grundvoraussetzung bei vielen Bildmotiven, die ihren Einsatz in den verschiedensten Medien finden. Deshalb ist es so wichtig, genau auszu-loten, welche Emotion vermittelt werden soll. Kombiniert man bei der Bildsuche die gewünschte Emotion mit der entsprechenden Farbe, ist ein Finden der passenden Bilder zur Erzielung der beabsichtigten Wirkung sehr effizient und einfach möglich.



Die Autorin

Nach mehr als 10 Jahren Erfahrung in der Werbebranche gründet Ute Jansing die Bildagentur Pitopia, Karlsruhe www.pitopia.de. Die Geschäftsführerin verantwortet die Bereiche Marketing, Vertrieb und Unternehmenskommunikation sowie die Redaktion.