

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design

Herausgeber: Hochparterre

Band: 11 (1998)

Heft: 1-2

Artikel: Hungernde Kinder, Heidi und die Asylantenschlange : Uwe Pörksen, Sprachwissenschaftler, fordert eine politisch engagierte Bild- und Designkritik

Autor: Pörksen, Uwe

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-120765>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Uwe Pörksen

Hungernde Kinder, Heidi und die Asylantenschlange

Infografik, Fotomontage, Illustration – Bilder verdrängen die Sprache. Aber Bilder haben einen grossen

Nachteil: Sie sind prägnant und ertragen im Gegensatz zur Sprache das Gegenargument nicht.

Sie fordern: Glaube mir! Uwe Pörksen fragt nach der Verantwortung der Designer und fordert eine politisch engagierte Bild- und Designkritik.

Sprache kann sich selbstständig machen. Sie kann sich als Fassade vor die Wirklichkeit stellen, so dass diese nicht einmal mehr zu ahnen ist. Wenn zum Beispiel von einem «Krisenherd» in irgendeiner Ecke der Welt die Rede ist, einem Konflikt, der auf saubere Weise gelöst wird, so kann das auf eine diplomatische Einigung deuten oder ein Massaker verbergen. Der hohe Abstraktionsgrad gewisser Vokabeln erlaubt, eine solche Attrappe aufzubauen. Das gilt erstaunlicherweise für Bildzeichen noch mehr als für Wörter. Eine Fotografie kann abstrakter sein als die Abstrakta der Sprache, sie bringt unter Umständen ein noch höheres Mass an abgehobener, menschenleerer Objektivität zustande als ein Wörtchen wie, sagen wir, «Strukturkrise».

An einer Litfasssäule hängt das Bild eines Kindes, das uns aus traurigen, übergrossen Augen ansieht. Es hat spindeldünne Arme und einen aufgetriebenen Bauch. Das Kind ist schwarz. Es steht für Afrika oder vielleicht für Nigeria, jedenfalls bringt es ein Land, von dessen unendlicher Vielfalt wir nicht einmal träumen können, auf einen Nenner. In der Hoch-Zeit der Entwicklungshilfe war dies ein wiederkehrendes Bild, fast schon ein Logo. Oder: Am Fuss einer Zeitungsseite wandert eine Reihe schwarzer Menschlein von links nach rechts, auf der Zeitleiste 8000 v. Chr. bis 2000 n. Chr., erst an der rechten Kante, im letzten Jahrtausend und besonders im letzten Jahrhundert wachsen die Gestalten so sprunghaft empor, dass der letzte Mensch nicht mehr auf die Zeitungsseite passt.

Ich schlage ein Magazin auf. Ein Interview mit Lester Brown, dem Chef des World Watch Institutes, ist überschrieben mit: «Wir brauchen ein ökologisches Pearl Harbor». Anreisser und Blickfang ist aber nicht diese Schlagzeile, sondern ein

Schlagbild, das die obere Hälfte der Seite einnimmt: ein Mülleimer mit geöffnetem Deckel, in dem ein Globus, unser lieber Blauer Planet, verschwindet. Der Inhalt des Ganzen wird hier überspitzt und schief, dramatisierend – nicht auf den Begriff, sondern auf den Blick gebracht. Wir sehen ein Bildkürzel, hinter dem eine Redensart steckt: In den Eimer gehen. Die drei Bilder wären durch einfache Aussagen wiederzugeben:

1. Afrika hungert, es braucht Hilfe.
2. Die Bevölkerung wird sprunghaft zur Überbevölkerung.
3. Der Globus geht in den Eimer.

Die Bilder sagen dies stumm, dinghaft, sie legen diesen Schluss nahe als dingliche Wahrheiten. Leicht erschliessbare Bilderrätsel sehen uns an. Genau besehen wird jeweils an einem universellen Wirklichkeitsbezirk ein einziges Merkmal hervorgehoben, nicht nur hervorgehoben, es wird anschaulich, erhält geradezu einen Henkel zum Anfassen. Zugleich hat es einen unermesslichen Geltungsbereich; Afrika, die Weltbevölkerung, die ganze Erde. Weil das Bild konkret scheint, scheint es fest, sicher und apodiktisch. Es gerinnt zum Emblem. Aber die konkrete Handlichkeit verbindet sich mit einer weiträumigen Allgemeinheit wie im Schlagwort. Anschauung und Abstraktion sind keine Gegensätze, im Gegenteil. Wir leben in einer Welt der zweiten Anschauung, die einermassen abstrakt ist. Wir sind umgeben von solchen Zeichen, sie sind die grossen Stimmungsmacher der Epoche. Denn wichtiger als die Schlagwörter sind inzwischen die Schlagbilder, faszinierender als die Schlüsselbegriffe dieser Schlüsselreize des Bewusstseins. Die exponentielle Weltbevölkerungskurve hängt als Drohung über unseren Häuptern, der entschwindende Walfischschwanz nimmt uns mit, die aus der Erdkrume in einer menschlichen Hand aufkeimende Pflanze heitert auf, und der Blaue Planet erscheint als Verheissung. Wettermacher, wohin man sieht, Auswandernde über der dürren Sandfläche der Sahara und der finstere Kopf einer Asylantenschlange, überhaupt nicht endende Schlangen, tickende Zeitbomben, ansteigende Kurven und ihnen gegenüber das schachbietende Computerhirn, die grosse Vernetzung. Wie wahr sind solche Zeichen? Was passiert, wenn wir mit diesen globalen bildhaften Grössen, diesen universellen Visiotypen, wie ich sie nennen möchte, zu rechnen anfangen?

Es fällt nicht schwer zu sagen, wozu diese visuellen Zeichen nützen. Sie haben eine klar umreissbare Funktion, ihre Leistungsfähigkeit steht hier nicht zur Diskussion, sie sind aus einer modernen Gesellschaft nicht wegzudenken. Es sind Bildkürzel, die auf fast allen Gebieten ein rasches Erkennen, eine internationale Verständigung ermöglichen. Das Logo stiftet Zusammengehörigkeit, es gibt einer Firma oder einer vielleicht nur diffusen Institution oder Gesellschaft ein körperschaftliches Wir-Gefühl. Das dem Logo verwandte Bildkürzel, das eine ganze Welt auf einen Nenner bringt – das dunkelhäutige Kind mit dem aufgetriebenen Bauch ist ein drastisch verallgemeinerndes und zuspitzendes Argument. Kann eine Weltgesellschaft aber ohne solche universellen bildhaften Zusammengriffe, ohne glo-

bale Bildkürzel auskommen? Die Zahl, die empirischen verzifferbaren Fakten sind zum harten Kern der Wissenschaften, das Mapping, die Datenerhebung zum Hauptelement der Nachrichten geworden. Lesbar, plausibel, mit einem Blick überschaubar, werden die täglich anfallenden Datenhaufen erst als Kurve. Statt langer Zahlenkolonnen, Tabellen, sehe ich ein Muster, das sofort entzifferbar ist. Es prägt sich dem Gedächtnis ein, ist objektiv, ein wissenschaftliches Instrument – was gibt es Objektiveres und Sachlicheres als die Zahl? Die praktische Bedeutung dieses Hilfsmittels ist allgegenwärtig. Verwaltung und Verkehr, Wirtschaft und Gesundheit sind darauf angewiesen. Sie stützen sich inzwischen auf eine neuartige, meist bunte Bilderschrift, bestehend aus Kurven, Balken, Säulen und Torten. Ihre Zahlengrundlage mag vieldeutig sein oder manche Frage zulassen, das Diagramm, das der Entscheidungsfindung dient, formt sie um in eine eindeutige Mitteilung. In der Sachlichkeit steckt meist ein Appell. Das Diagramm weist in eine Richtung, ist eine in einen Pfeil umgewandelte Zahl. Der Pfeil weist nach oben oder unten, auf Wachstum oder Schwund, erzeugt Druck in einer bestimmten Richtung. Er ist ein Trendsignal und Stimmungsträger. Daher seine Eignung, Sachzwänge herzustellen, daher aber auch seine Brauchbarkeit als öffentliches drohendes Ausrufezeichen. In der Geschichte der Biochemie entschlüsselte eine geometrische Figur, die Doppel-Helix, die Bauart des Erbgutfadens. Zuerst tauchte sie als flüchtige Zeichnung in einem Brief Watsons auf, dann, in der Zeitschrift Nature, April 1953, bereits als jenes Modell, das heute ästhetisch und elegant stabil und beinahe handlich als zweifach gebänderte Wendeltreppe dem öffentlichen Bewusstsein eingepägt ist. Ihr Vorteil? Die Figur erweckt eine räumliche Vorstellung und verdeutlicht dadurch Lagebeziehungen. Indem sie eine angenehme Struktur veranschaulicht, hebt sie eine wesentliche Bauform hervor und erlaubt rasche Zusammenschau, ermöglicht es, gedanklich daran weiter zu arbeiten und den Mechanismus der Vererbung einzusehen.

Aus dem Instrument der Forscher wurde dann allerdings sehr rasch das Logo einer wissenschaftlichen und industriellen Branche, der Gentechnik, aus dem Wissenschaftswerkzeug ein Sozialwerkzeug. Nun begegnen wir ihr umgeben von allen Insignien der Verheissung: Wir sehen sie beispielsweise als buchstäblich besteigbare bunte Treppe, auf der junge und spannkraftige Männer und Frauen, eine Gen-Karte lesend, in eine sagenhafte Höhe aufwärts steigen. In der Öffentlichkeit verändern sich die visuellen Zeichen gründlich, ihre soziale Bedeutung dominiert.

Wenn die Bildzeichen aber an sich die genannten Vorzüge haben, spricht dann nicht einiges für die visuelle Zeichenwende? Ich glaube, wir brauchen eine Bildkritik. Damit ist nicht das Bild an sich und überhaupt gemeint, kein Bildersturm, sondern ein Sichten, Prüfen und Überlegen angesichts einer Entwicklung. Wir brauchen zunächst Klarheit über den Unterschied zwischen der Sprache und den visuellen Zeichen, über ihre jeweils besondere Leistung. Der Ausdruck «visuelle Codes», den Umberto Eco gebraucht, führt in die Irre, die visuellen Zeichen unterscheiden sich

gründlich von der Sprache, der Begriff «visuelle Kommunikation» verwischt den Gegensatz. Ich kann hier die kritischen Einwände nur skizzieren: Ein Bild, selbst ein Zahlenbild wie die steigende Kurve, erfasst man aufgrund der Ähnlichkeit zwischen dem Zeichen und dem, was es mitteilt. Das materielle Ding, das da wahrgenommen wird, steht in Analogie zu dem, was es sagen will. Das Verstehen ist ein Erschliessen, ein Erschliessen in atemberaubender Geschwindigkeit, aber es haftet am Bild. Der umgebende sprachliche Text, die Lesart oder sogenannte Legende, unterstützt und lenkt das Erschliessen. Ein Bild wird erschlossen durch seine Gestalt, ein Satz verstanden aufgrund seines Sinns. Es sind zwei Arten des Verstehens. Das Bildverstehen geht blitzschnell vor sich und allenfalls halb bewusst. Kommt das sprachliche Verstehen, das verstehende Fühlen und Nachfragen, Denken und Urteilen ihm nach oder bleibt es hinter dem zurück, was uns da sekundenschnell ins Auge blitzt, wird es überhaupt bewusst, hinkt die linke der rechten Hirnhälfte hoffnungslos hinterher? Die visuellen Zeichen sind, anders als das Lexikon und die Grammatik der Sprache, kein gemeinsamer Besitz von Zeichengeber und Zeichenleser. Sender und Empfänger sind in ungleicher Position. Wer verfügt schon über eine Gegengrafik? In der Sprache ist das Antworten zumindest leichter. Der Hersteller einer Kurve gibt den Fragerahmen vor und verfügt über das Datenmaterial, er bestimmt die Form der Darstellung und damit die Wirkung. Es ist ein Unterschied, ob ich die exponentielle Weltbevölkerungskurve als fünf Zentimeter hohe Grafik darstelle oder als eine Reihe kleiner schwarzer Menschlein, die auf dem Fuss der Zeitungssseite von links nach rechts wandern und an der rechten Kante sprunghaft so emporwachsen, dass sie nicht mehr auf die Seite passen. «Visuelle Kommunikation» ist zumindest in öffentlichen Medien, gerade nicht «communis», gemeinsam und gemeinschaftlich, sondern einbahnig und autoritär. Die Konsequenz der Asymmetrie von Zeichengeber und Zeichenleser ist beträchtlich. Sie begünstigt die Täuschung. Dass mit einer Täuschung zu rechnen ist, gehört nicht in das Gebiet der Pannen, sondern zum Grundriss des Visiotyps. Was ergibt die Prüfung, wenn wir auf die Wirkung sehen? Ich skizziere abschliessend drei kritische Felder.

1. Rechnen mit globalen anschaulichen Grössen

Ein globales Visiotyp wie die exponentielle Weltbevölkerungskurve oder die Doppel-Helix sind mehr als ein zeichenhaftes Element, es sind Handlungsträger von Weltwirkung, Drohungen oder Verheissungen, Aussagen über Gegenwart und Zukunft. Man hat längst mit ihnen zu rechnen begonnen, Gleichungen mit ihnen aufzumachen, eine Art Sätze zu bilden nach dem Muster: a. Drohung, b. Stimmungsverstärkung, c. Verheissung. Bebildert zum Beispiel durch: a. die bedrohlich steigende Weltbevölkerungskurve, b. das Foto eines überfüllten Schiffes, c. die strahlende Figur der Doppel-Helix als Nahrungsspender. Übersetzt suggeriert die Bilderreihe: Die exponentielle Weltbevölkerungskurve erzwingt Gentechnik.

Lässt sich aber am Labortisch eine solche Gleichung aufmachen? Alle sozialen Zusammen-

hänge sind ausgeblendet. Kann beim Umgang mit globalen Visiotypen, universellen Variablen, die schlichte Logik stimmen? Die Umkehrung ist nicht weniger plausibel: Eine gentechnisch gesteigerte Nahrungsmittelproduktion erhöht die Weltbevölkerung. Ich habe gründliche Zweifel an dieser globalen Algebra.

2. Heidiland

In Bad Ragaz kämpft ein Freund unserer Familie, gestandener Lehrer und Organist, Chorleiter und Heimatforscher, den Kampf Davids gegen Goliath. Das Sarganserland soll in «Heidiland» umgetauft werden. Ein Institut für Marktpsychologie hat ermittelt, dass dieser Name weltweit einen einzigartigen Erkennungswert habe, und seit Januar 1997 läuft ein Propagandafeldzug des Tourismus-Verbandes, der vom St. Moritzer Kurdirektor das Recht erworben hat, «Heidi» zu vermarkten, und der nun darauf zielt, diese Sprachregelung durchzusetzen und das Sarganserland auf den Nenner Heidi zu bringen. Dass die Ortschaften, denen einst Johanna Spyri zu Heidiruhm verholfen hat, gar nicht mit von der Partie sind, ist ebenso nur ein Detail wie Heidi selber ja eine vollkommene Kunstfigur des 19. Jahrhunderts ist. Wir können nun gespannt sein, wie die Designerinnen und Designer den Auftrag der «Heidialisierung» umsetzen werden.

3. Veränderte Zeitungslandschaft

Der amerikanische Designer Edward Tufte hat in seinem Werk «The Visual Display of Quantitative Information» von 1989 einen bemerkenswerten Standpunkt eingenommen: In einer grafischen Darstellung von Zahlen sollte jeder Punkt Druckerschwärze Information sein. Seine Ideale sehen wie strenge, reine Abstraktionen aus, sie haben eine eigene Schönheit und die moralische Qualität, dass Grafik hier nicht mehr darstellt als sie weiss und nicht mehr sein will als sie ist: ein Hilfsmittel, ein Werkzeug bescheidenen Grades. Wo sie mehr wird, zu einem von überflüssigen Linien und Assoziationen aufquellenden Bild, spricht er von «ducks», Enten. Er verabscheut die sich breitmachenden Enten. Nun, die Enten haben ihren Durchbruch erlebt. Die Zeitungssseite verändert sich im Kielwasser der den Text pflügenden Enten, die Sprache ist in Mitleidenschaft gezogen. Infografik lautet das Zauberwort, das Wort tritt zurück vor dem Bild. Wir erhalten einen Überschuss an augenfälliger, zum Resultat zusammengefasster, abgepackter Information; gefällig zwar, aber uns entschwindet die Möglichkeit, eine Mitteilung aus dem Zusammenhang zu begreifen, einzuordnen und zu beurteilen. Ich vermute: Wo man verstehen, argumentieren und über die Rangfolge des Notwendigen vernünftig befinden will, ist die Sprache den visuellen Zeichen haushoch überlegen. Erst mit ihrer Hilfe wird aus einer am Tropf der Kurven und Stimmungsträger hängenden Gesellschaft eine Demokratie der vorausdenkenden Debatte.

Uwe Pörksen ist Sprachwissenschaftler. Er arbeitet als Professor an der Universität Freiburg. Kürzlich hat er das Buch «Weltmarkt der Bilder. Eine Philosophie der Visiotype» herausgegeben (HP 8/97). Es ist ein Schlüssel zur klugen und engagierten Designkritik, faktenreich, präzise, scharfsinnig, politisch engagiert und vergnüglich zu lesen. Erschienen bei Klett Cotta Stuttgart, Fr. 38.–.