

Mehr als tausend Worte

Die Technische Kommunikation ist historisch in eine breite kulturelle Tradition eingebettet mit Bezügen zu Philosophie, Handwerk, Kunst und Wissenschaft. Heute: ein beliebtes Sprichwort und dessen unklare Herkunft.

TEXT *Steffen-Peter Ballstaedt*

Wer etwas Geistreiches über Bilder beitragen möchte, zitiert gern die Sentenz: Ein Bild ist mehr wert als tausend Wörter. Gibt man das Sprichwort in die Phrasensuche einer Suchmaschine ein, so tauchen über 600 Treffer, in der englischen Version „a picture is worth a thousand words“ sogar 813.000 auf. Auch von Technischen Redakteuren wird der Satz gern als Argument verwendet. Angeblich handelt es sich um ein chinesisches Sprichwort. Aber wer Chinesen trifft, wird nicht damit punkten können: Kein Chinese hat das Sprichwort je gehört. Wo kommt der Ausspruch also her?

Geburt einer Redensart

Nicht das Sprichwort, aber die Idee als Vorläufer findet man bereits 1862 in Turgenews Roman „Vater und Söhne“: „The drawing shows me at one glance what might be spread over ten pages in an book.“

Das im Original englische Sprichwort ist eine Erfindung des amerikanischen Werbefachmanns Frederick R. Barnard. In der Fachzeitschrift „Printers' Ink“ schrieb er 1921 „One look is worth a thousand words“, um für Bildreklame auf Straßenbahnen zu werben. Der Satz stammt angeblich von einem berühmten japanischen Philosophen.

STEFFEN-PETER BALLSTAEDT

Steffen-Peter Ballstaedt ist Professor für angewandte Kommunikationswissenschaft. Nach dem Studium der Psychologie hat er sich mit Fragen der sprachlichen und visuellen Kommunikation befasst und dabei einen Schwerpunkt auf Technische Kommunikation gelegt. In Vorträgen, Seminaren und Publikationen behandelt er Themen der Gestaltung von Text und Bild in wissenschaftlichen Dokumenten.

steffen.ballstaedt@w-hs.de

www.ballstaedt-kommunikation.de



In einer weiteren Anzeige zu Backpulver 1927 erhöhte sich der Wert eines Bildes von tausend auf zehntausend Wörter. Jetzt wird der Satz als chinesische Weisheit ausgegeben. Später wird Barnard in einem Buch über Sprichwörter und Redensarten mit dem Bekenntnis zitiert, dass er den Satz als asiatisches Sprichwort bezeichnet hat, damit er ernst genommen wird. Tatsächlich wird der Satz später sogar Konfuzius zugeschrieben.

Die Sentenz verbreitet sich in zahlreichen Abwandlungen und Kontexten. Im deutschen Sprachraum taucht der Satz „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ bereits 1926 als Titel eines Artikels von Peter Panter = Kurt Tucholsky in der Zeitschrift „Uhu“ auf [2]. Hier erhöht sich der Wert des Bildes nochmals auf hunderttausend Worte. Denn dort schreibt er: „[...] weil ein Bild mehr sagt als hunderttausend Worte, so weiß jeder Propagandist die Wirkung des Tendenzbildes zu schätzen: von der Reklame bis zum politischen Plakat schlägt das Bild zu, boxt, pfeift, schießt in die Herzen und sagt, wenn's gut ausgewählt ist, eine neue Wahrheit und immer nur eine. Es gibt Beschreibungen, die die Bilder übertreffen, aber das ist selten. Es gibt hunderttausend Fotografien, die den besten Schilderer übertreffen, das ist die Regel ...“ Fazit: Das Sprichwort stammt weder aus China noch aus Japan. Das bestätigt auch das Ostasieninstitut auf seiner Internetseite [3].

Mehrwert des Bildes?

Der Vergleich von Bildern mit Wörtern ist in der Kulturgeschichte beliebt. Aber gibt es überhaupt diesen Mehrwert des Bildes? Tatsächlich braucht man sehr viele Wörter, um ein Bild detailliert zu beschreiben. Aber das ist wohl nur die oberflächliche Bedeutung der Redewendung. Meist wird sie in dem weiteren Sinn gebraucht, dass Bilder in der Kommunikation schneller und einfacher zu verstehen sind als Sprache. Aber das gilt nur für bestimmte Inhalte. Wenn es um anschauliche Merkmale von Objekten, räumliche Anordnungen und die Lo-



ABB. 01. Mehr als 10.000 Worte: eine Werbeanzeige für Backpulver von 1927 [1].

kalisierung von Komponenten geht, haben Bilder tatsächlich einen Vorsprung gegenüber der Sprache. Zwar erfassen wir auf den ersten Blick aus einem Bild mehr Inhalte als aus einem Text. Aber eine detaillierte Auswertung geschieht bei Bild und Text über eine Abfolge von Blickwegungen und Fixationen.

Wenn es aber um Erklärungen, Begründungen und Argumentation geht, dann stößt die Kommunikation mit Bildern an ihre Grenzen. Denn in einem Bild sind keine Äquivalente für die Konjunktionen vorhanden, mit denen wir Sätze inhaltlich verknüpfen wie „oder“, „aber“, „damit“. Auch eine Verneinung ist im Bild nur symbolisch über rote Farbe oder Durchkreuzung möglich. Alle abstrakten Wörter wie „Gefahr“, „Produktion“ oder „Design“ sind ebenfalls nur als Symbol visualisierbar. Hier kann man die Sentenz sogar umkehren – ein Wort ist mehr Wert als viele Bilder. ☹

LINKS ZUM BEITRAG

- [1] University of Regina: www2.cs.uregina.ca/~hepting/research/web/words/history.html
- [2] Tucholsky, Kurt (1926): *Ein Bild ist mehr wert als tausend Worte*. In: *Kritiken und Rezensionen*. Online: <http://www.textlog.de/tucholsky-bild-sagt-worte.html>
- [3] Ostasieninstitut: <http://www.oai.de/de/component/content/article.html?id=811:ein-bild-sagt-mehr-als-tausend-worte>