

Wir handeln bewusst und nach Abwägung sämtlicher Aspekte, also rational und wohlüberlegt. So unser Bild von uns, unser Wunschdenken. Wäre da nicht das Unterbewusstsein. Der größte Teil unserer Handlungen wird unbewusst vorbereitet, initiiert und realisiert

Das Maß für alle Dinge?

Über die Bedeutung von inneren Bildern als Auslöser für Handlungen
von Professor Franz Tomaschowski

Alles, was wir gesehen haben, wird nach einer eingehenden Bewertung in unser Gedächtnis eingefügt. Diese gespeicherten Erfahrungen bilden die Grundlage für unsere jeweiligen und vor allem spontanen Entscheidungen¹. Welche Bedeutung haben innere Bilder als Grundlage für unsere Entscheidungen? Inwieweit spiegeln sie unsere eigenen Erfahrungen wieder? Welche Möglichkeiten bestehen, diese Strukturen bewusst zu ändern?

Unsere innere Informationsverwaltung

Wir sehen alles, auch das, was wir nicht sehen wollen, und speichern diese Infos tief in unserem Gehirn ab. Nichts - oder fast nichts wird gelöscht. Ein Systemabsturz in Form des Verlustes sämtlicher Erinnerungen (Amnesie) ist äußerst selten. Wir sind gewissermaßen eine wandelnde Wissensdatenbank. Unser Gedächtnis ist jedoch so umfangreich, dass die Informationen strukturiert werden. Andernfalls würden wir in einer gigantischen Informationsflut untergehen. Nach einem ausgeklügelten System werden nur diejenigen Informationen bereitgestellt, die wir im Moment benötigen. Mal mehr, mal weniger, stellt das Unterbewusstsein Erinnerungen bereit, je nach Situation und entsprechenden Vorerfahrungen von vergleichbaren Situationen.

Die jeweiligen Einträge unserer inneren Datenbank, dem Gedächtnis, sind äußerst unterschiedlich gewichtet. Einige Informationen werden womöglich niemals abgerufen. Andere Erinnerungen sind so präsent, dass wir uns ständig damit beschäftigen. Manches taucht als Geistesblitz plötzlich auf und ist ebenso schnell wieder verschwunden.

Probieren Sie es selbst aus: Was haben Sie am Mittwoch vor zwei Wochen um 18:50 Uhr gesehen oder gemacht? In der Regel erinnern wir uns nicht spontan, es sei denn, wir haben etwas sehr Spektakuläres erlebt. Unsere Schwierigkeit ist, dass wir zwar über die gewünschten Informationen verfügen, diese jedoch nicht beliebig zu jeder Zeit abrufen können. Wir benötigen Hinweise oder Suchbegriffe. Zunächst hilft eine grobe Vorstellung, wie das Datum, das vorherrschende Wetter oder ähnlich markante Informationen. Danach erinnern wir uns vielleicht an die wichtigsten Ereignisse des betreffenden Tages. Nun müssen wir unsere Erinnerung auf den gesuchten Zeitraum eingrenzen. Allmählich erlangen wir einen Einblick in die gesuchte Situation. Dieser Prozess kann durchaus eine gewisse Zeit dauern. Sobald die Informationen vollständig bereitgestellt sind, erhalten wir ein sehr klares und deutliches Bild vom Mittwoch vor zwei Wochen um 18:50. Setzt die Erinnerung ein, sind diese Bilder so präsent, dass wir uns gar nicht mehr vorstellen können, uns nicht zu erinnern. Nach einer gewissen Zeit wird dies wieder verblässen und wir müssen uns erneut auf den Pfad der Erinnerung begeben.

Dies ist der übliche Ablauf für eine bewusste Erinnerung. Brechen wir diesen Prozess ab, weil wir die Geduld verlieren, oder sind wir in einer Stresssituation und versuchen, die Erinnerung zu „erzwingen“, so erreichen wir das

¹ Vgl. Roth, Aus der Sicht des Gehirns

Gegenteil. Der entsprechende Gedächtnispfad erscheint für uns blockiert und unzugänglich.

Dieser Effekt ist gleichzeitig auch eine Schutzfunktion: Ist ein Ereignis überaus schrecklich für uns, kann es ebenfalls gesperrt oder blockiert werden. Oder die Szenen des betreffenden Ereignisses blockieren den üblichen Informationsfluss und nur dieses Ereignis spukt in unserem Bewusstsein. Dieses kann auch nicht abgeschaltet werden. Es wird vor dem geistigen Auge als Endlosschleife abgespielt, die soweit gehen kann, dass eine Traumatisierung einsetzt.

Entstehung und Funktionsweise von inneren Bildern

Nun haben Menschen verschiedene Erinnerungen an ein und dasselbe Ereignis. Erlebte Ereignisse werden nicht nur abgespeichert, sondern auch bewertet und interpretiert und manchmal auch verändert. Neben unterschiedlichen Standorten spielt die Bewertung durch unser Gehirn eine wichtige Rolle. Dies erschwert beispielsweise das Analysieren von Augenzeugenberichten.

Wofür ist eine solch unpräzise Datenbank sinnvoll?

Unsere innere Datenbank ist optimiert für eine extrem schnelle Auswertung und Bewertung von unbekanntem, neuen Situationen in Echtzeit. Eindrücke, Bilder oder Gegenstände, die wir mit eigenen Augen sehen, werden mit unserem „Archiv“ blitzschnell verglichen. Aus dieser unbewusst ablaufenden Analyse heraus wird eine der Situation angemessene Handlung eingeleitet. Dies erfolgt mitunter so schnell, dass wir es bewusst gar nicht bemerken. Dieser Handlungsablauf war in der früheren Zeit, als unsere Vorfahren in Höhlen lebten, notwendig. Die unmittelbare Umgebung wurde effektiv und vor allem schnell analysiert, um mögliche Gefährdungen einschätzen zu können. Dies ermöglicht ein Reagieren auf völlig neue und unerwartete Situationen.

Heute leben wir in einer völlig veränderten Umwelt. Bilderflut, Informationsflut, unzählige Angebote, die ständig auf uns einprasseln, sowie viel zu wenig Zeit schaffen eine Situation, in der wir spontan handeln müssen. Von Entschleunigung ist keine Spur mehr. Für unsere unbewusste Wahrnehmung stellt dies kein Problem dar. Wir sind es gewohnt, schnell und effektiv mit allen möglichen Reizen umzugehen. Sollten jedoch Regenerationsphasen fehlen, treten unweigerlich Stresssymptome auf.

Aber wie werden die inneren Referenzbilder gewichtet?

Wie entsteht der Unterschied zwischen Wichtigem und Unwichtigem?

Seitdem wir sehen können, also bereits vor der Geburt, werden die von uns gesehenen Eindrücke bewertet und gespeichert. Je nach Intensität des jeweiligen Erlebnisses wird es in einer Skala zwischen wichtig und unwichtig eingeordnet.

Ein weiterer Faktor ist die Wiederholung. Objekte, die wir ständig sehen, können von uns leichter abgerufen werden. Von einem Waschbecken oder einer Kaffeetasse haben wir eine deutlichere Vorstellung als beispielsweise von einer Reinigungsanlage für frische Kaffeebohnen.

Daher ist es in der Markenwerbung wichtig, Begriffe und Produktnamen bekannt zu machen. Die wohl intensivste Entwicklung ist bei tragbaren Telefonen zu beobachten. Anfang der 90er Jahre des letzten Jahrhunderts war ein Mobiltelefon ein Attribut für Topmanager. Es war fast so groß wie eine Aktentasche und damit kaum zu übersehen.

In den Folgejahren verkleinerte sich das mobile Telefon. Durch eine intensive Öffentlichkeitsarbeit erhielt es den Oberbegriff „Handy“ und wurde zu einem Alltagsgegenstand. Zu Beginn unseres Jahrtausends verfügte fast jeder über eine solche mobile Kommunikationseinheit. Die Geräte waren zu diesem Zeitpunkt schon sehr zuverlässig. Jedoch kamen neue Geräte mit einem erweiterten Funktionsumfang auf den Markt. Das gute alte Handy, das zu einem Bestandteil des eigenen Alltages geworden ist, einfach gegen eins dieser neuen Geräte einzutauschen, war nicht unbedingt notwendig. Den Handynutzern mussten diese neuartigen Geräte schmackhaft gemacht werden. Neue Produktnamen wurden eingeführt. Mit dem I-Phone wurde gleichzeitig ein modernes Lebensgefühl vermittelt. Kurzzeitig wurde der Produktname I-Phone von der Firma Apple sogar zum Gattungsbegriff der neuen Geräte. Die Konkurrenz meldete sich zu Wort und führte den Gattungsbegriff „Smartphone“ ein.

Dass der Produktname als Gattungsbegriff nachteilig sein kann, ist an dem Beispiel „Tempotaschentuch“ nachvollziehbar. Es kann beobachtet werden, dass ein von Schnupfen geplagter Mensch in seiner Not ein „Tempo“ verlangt, jedoch das billigere Produkt der Konkurrenzmarke meint. Die Folge: Obwohl die Marke Tempo einen bemerkenswert hohen Bekanntheitsgrad hat, ging der Absatz zurück.

Der führende Neurophysiologie Wolf Singer beschreibt: „Das Gehirn entwirft Modelle der Welt, vergleicht dann die einlaufenden Signale mit diesen Modellen und sucht nach den wahrscheinlichsten Lösungen. Diese müssen nicht unbedingt mit der physikalischen Realität übereinstimmen - und tun dies in vielen Fällen auch nicht -, denn es kommt vorwiegend darauf an, die Variablen zu bewerten, die für das Verhalten relevant und für das Überleben dienlich sind. Es ist wichtig, dabei so schnell wie möglich zu sein.“²

Trinkwasser wird in unserem Land sehr oft in Form von Mineralwasser getrunken. Unsere inneren Bilder von einem qualitativ hochwertigen Wasser stellen sich so durch die Werbung dar, dass wir in der Regel Mineralwasser als hochwertiger empfinden als Leitungswasser. Selten wird dieser Aspekt objektiv überprüft, obwohl jeder Wasserlieferant verpflichtet ist, die Wasserqualität seines Produktes von unabhängigen Prüfern analysieren zu lassen und die Ergebnisse zu veröffentlichen. Ein Vergleich der Daten von Mineralwasser und Leitungswasser ergibt, dass Leitungswasser in vielen Regionen nicht schlechter, oftmals sogar besser abschneidet als in Flaschen abgefülltes Wasser. Vor allem ist Wasser aus dem Wasserhahn frischer, weil es nicht gelagert wird.

Um dies zu verdeutlichen, gehen manche Stadtwerke ungewöhnliche Wege. So wird auf Großveranstaltungen das Münchener Leitungswasser wie andere Partygetränke angeboten. Die Linzer Stadtwerke bieten ihr Wasser während der großen Weinprobe alljährlich zur Ars Electronica als Spezialität an.

Den umgekehrten Weg geht die Firma Coca Cola. Sie bezieht ihr Wasser von den Wasserwerken in Echthausen³. Dieses Wasser stammt aus der Ruhr, wird von den Wasserwerken aufbereitet und von Coca Cola mit Mineralien angereichert. Das so entstandene Wasser wird unter anderem unter der Marke „Bonaqua“ vertrieben. Wir als Konsumenten haben die Illusion, dass dieses „gute Wasser“ viel besser ist als normales Trinkwasser. Flasche, Etikett und die entsprechenden Anzeigen und Plakate korrespondieren mit den entsprechenden inneren Bildern. Ein Mineralwasser wirkt qualitativ hochwertig, gesundheitsfördernd oder scheint besonders für sporttreibende Menschen geeignet. Die Reihe lässt sich beliebig fortsetzen.

² <http://www.iconicturn.de/2004/11/das-bild-in-uns-vom-bild-zur-wahrnehmung/>

³ Quelle: taz vom 10.12.2010 Ein Wasser, zwei Preise. Aus dem Fluss in die Bonaqua-Flasche

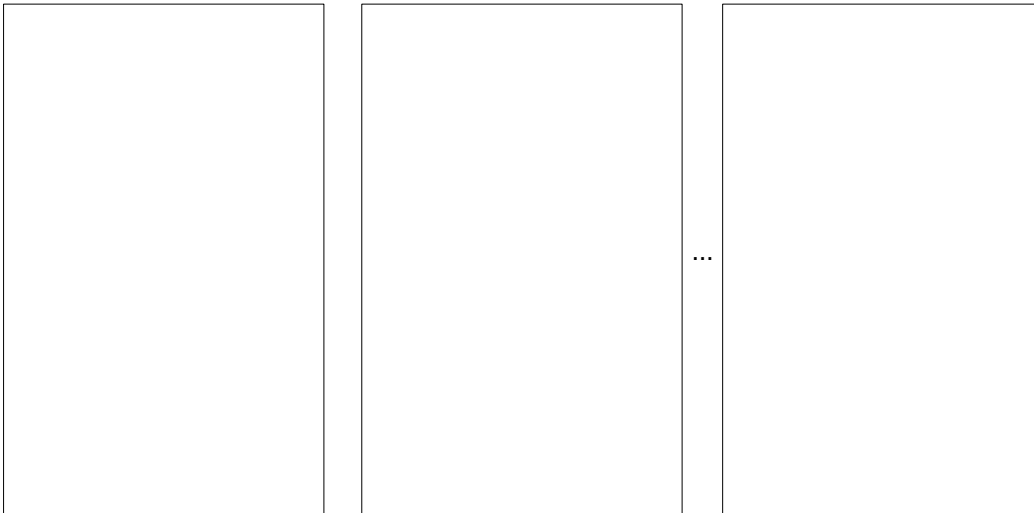


Abb. 1-98 Versuchen Sie sich Ihre inneren Bilder bewusst zu machen. Aufgrund des Textes stellt das Gehirn Bilder aus unserem eigenen ‚individuellen Erfahrungsschatz zur Verfügung. Und dies sind die Abbildungen dieser Abhandlung. Viel Spass mit Ihrer eigenen Bilderwelt!

Wir vergleichen das Gesehene mit unseren vorliegenden Erfahrungen. Um solche Prozesse selbst zu erkennen, ist es notwendig, dass wir unsere inneren Daten bewusst wahrnehmen, die inneren Bilder erleben. Wissen Sie inzwischen, werter Leser, was Sie am Mittwoch vor zwei Wochen um 18:50 Uhr gesehen und erlebt haben?