

Bilder wirken ohne Worte

Von Alice Sager (Bachelorstudentin hdpk / Austauschschülerin ZHAW, Winterthur)

Schon das Cover des Tagungsheftes lässt vermuten, dass es sich um keine Wohlfühltagung handelt. Auf den ersten Blick durch Pixel verschleiert, prangt auf dem Titelblatt das Bild von Aylan Kurdi, einem syrischen Jungen, der mit rotem Shirt und blauer Hose tot an der türkischen Küste liegt. Ein Aufschrei ging 2015 um die Welt, als das Bild veröffentlicht wurde. Das Bild kratzte an der Flüchtlingsdebatte und brachte sie auf eine neue emotionale Ebene. Dass wir noch heute über dieses Bild sprechen, zeigt, wie wichtig es ist, dass wir uns mit der Relevanz von Bildern in der Gesellschaft und in der Medienwelt befassen. Genau mit dieser Thematik befassen sich die 53 Teilnehmer am Fachgruppentreffen der DGPK-Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“, das vom 7.12. bis 9.12.2017 mit dem Motto „zeigen | andeuten | verstecken“ stattfindet. Zum Auftakt treffen sich die Teilnehmer in extravaganter Umgebung - unter den Linden 1, so die Adresse. Die darauffolgenden beiden Tage wird an der hdpk (Hochschule der populären Künste) die zur SRH gehört, referiert, debattiert und diskutiert. Zwischen den verschiedenen Referaten werden die angeregten Diskussionen bei Kaffee, Keksen, Abend- und Mittagessen weitergeführt.

Der Kriegsfotograf Hosam Katan sorgt für einen intensiven Einstieg in die Tagung. Der 23-jährige Syrer hat mehrere Jahre in seinem Heimatland den Krieg für internationale Agenturen fotografiert. 2016 ist er nach Deutschland geflüchtet und studiert zurzeit Fotojournalismus in Hannover an der University of Applied Sciences and Arts. Sein Anliegen ist es, den Krieg abzubilden, um die Welt aufzurütteln, sodass nicht noch mehr Verbrechen begangen werden. Im Interview mit der Medienwissenschaftlerin Shanli Anwar, die die Tagesmoderation führt, erklärt er, dass er in seinem Land etwas verändern will und deshalb begonnen hat zu fotografieren.

Erste umstrittene Fragen stehen im Raum. Ist es moralisch vertretbar, Kriegsoffer zu zeigen, um aufzurütteln? Wen darf man in welcher Situation zeigen und braucht es deren Einwilligung? Hosam Katan achtet bei seinen Fotografien auf sein Gespür, zuerst prüfte er die Lage und je nach Situation machte er Fotos oder eben nicht.

Ob Bilder und insbesondere Selfies moralisch vertretbar sind, wird in einem anderen Kontext am Samstagmorgen von der Medienwissenschaftlerin Ulla Autenrieth in Frage gestellt. Sie zeigt anhand der Kunstaktion von Shahak Shapira, dass es ethisch umstritten ist, wenn Digital Natives für ihre alltäglichen Gewohnheiten an den Pranger gestellt werden. Shahak Shapira versah Selfies, die beim Holocaust-Mahnmal entstanden sind, mit neuem Hintergrund – mit historischen Bildern des Holocausts. Diese Bilder veröffentlichte er dann auf seiner Webseite und verpasste somit den willkürlich Ausgewählten und der Welt ein Denkmal: Mit dem Holocaust-Denkmal solle nicht so leichtfertig umgegangen werden. Die Bedenken von Autenrieth bezüglich der Aktion sind, dass die betroffenen zwölf Personen für immer im Netz mit diesem Bild gebrandmarkt sind, obwohl es viele Besucher gibt, die beim Holocaust-Mahnmal ein Selfie schießen. Ebenfalls hat der Architekt des Holocaust-Mahnmals dieses mit der Intention geschaffen, ein lebendiger Ort zu sein. Darüber hinaus gibt es kein Fotoverbot beim Denkmal. Nichtsdestotrotz entstand ein Shitstorm gegen die Selfies in den sozialen Medien.

Die sogenannten Yoloast-Selfies zeigen, dass sich die neue Generation der Digital Natives stark von den vorhergehenden Generationen abhebt. Es gibt 1000 neue Arten sich auszudrücken und neue Themen sind relevant. So verändert sich auch die Auffassung von Moral.

Teenager nutzen rege den Kanal Snapchat, um sich auszudrücken. Auf dieser Plattform gibt es kaum eine alltägliche Situation, zu welcher nicht ein Foto geteilt wird. Das Bild wird dann für wenige Sekunden für Freunde sichtbar. Weiter können auch Stories (Bilder, die für Freunde 24 Stunden abrufbar sind) erstellt werden. Maria Schreiber, Post-Doc Researcher am Institut für Soziologie der Universität Wien, die zu diesem Thema referiert, beschreibt es als neues Phänomen, dass auf Bilder mit Bildern geantwortet werden kann.

Junge Menschen nutzen neue Wege, um miteinander zu kommunizieren. Die ältere Generation macht sich deshalb Sorgen um die Sicherheit und den Schutz von Jugendlichen, die auf völlig freie Art

kommunizieren. Dies ist an der Tagung an manchen Stellen zu spüren. Auch wenn es nicht direkt dazu ein Referat gibt, wird mehrere Male angesprochen, dass Medienkompetenz in der Schule vermittelt werden sollte. Andere argumentieren hingegen, dass wahrscheinlich auch abgesehen von einem expliziten Medienkompetenz-Fach umstrittene Bilder veröffentlicht werden würden.

Dass der Mensch unbewusst Dinge tut, dessen Auswirkungen er nicht realisiert, zeigt sich auch beim Referat zum Thema „Product Placement“ der Medienwissenschaftlerin Bettina Boy. Sie hat in einer Studie untersucht, wie die Menschen Markenelemente in Fernsehserien wahrnehmen. Die beworbenen Produkte bleiben dabei im Gedächtnis. „Product Placement“ werde als störend empfunden, sobald es zu offensichtlich sei. Prof. Dr. Clemens Schwender, der bei der Organisation der Tagung federführend ist, fügt in der anschließenden Diskussion an, dass auch negative Werbung Erfolg erziele. So stehe der potenzielle Käufer vor dem Regal und entscheide sich oft für das Produkt, welches er bereits kenne, auch wenn es mit negativ empfundener Werbung in die Erinnerung eingegangen sei.

Patricia Podewin knüpft mit ihrem Referat an diese Thematik an. Sie hat in ihrer Bachelor-Arbeit Fotografien der Fairtrade-Kommunikation untersucht und präsentiert ihre Ergebnisse den Tagungsteilnehmern. Den Kunden werde ein völlig anderes Bild der Arbeitenden in den Herkunftsländern von Fair-Trade-Produkten vermittelt als den Konsumenten in den Ländern selbst.

Aus der Anschlussdiskussion geht hervor, dass die Teilnehmer es schätzen, dass zum Abschluss der Tagung nochmals intensiv auf die Wirkung von Bildern an sich eingegangen wird. Podewin freut sich, dass sie als junge Wissenschaftlerin die Möglichkeit erhält, sich mit einem eigenen Beitrag im Rahmen der Fachgruppentagung zu beteiligen.

Die Diskussionen sind wichtiger Bestandteil der Tagung. Auch beim Workshop am Freitagabend mit den Vertreterinnen der FSF (Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen) Claudia Mikat und Christina Heinen kann sich das Publikum einbringen. Die FSF vergibt Altersfreigaben für TV-Programme der privaten Anbieter. Anhand von Filmbeispielen gehen die Tagungsteilnehmer der Frage nach, welche ethischen Entscheidungen bezüglich der Freigabe sie selbst getroffen hätten. Für die Wissenschaftler ist dieser Workshop eine inspirierende Abwechslung zu den sonst weniger praxisbezogenen Ansätzen.

In weiteren Referaten werden noch viele interessante Fragen aufgeworfen. Wenige Fragen können abschließend beantwortet werden. Jedoch wird die Wichtigkeit von Bildern in einer sich digitalisierenden Welt klar ins Bewusstsein gerufen. Obwohl ein technischer Fortschritt besteht und Bilder rund um den Globus geschickt werden können, ist der Mensch doch immer noch Mensch und ist von seinem Urinstinkt des Voyeurismus geprägt. Er will zusehen, wie Schreckliches passiert. Wie moralisch oder unmoralisch das ist, sei dahingestellt. Was mir sicher in Erinnerung bleiben wird, ist das Bild von Aylan Kurdi, welches mir auch in verpixelter Form noch immer einen Schauer über den Rücken laufen lässt.