

## Didaktische Überlegungen zur „Macht der Bilder“

Machen wir einen kleinen Test. Welche Bilder sehen Sie bei folgenden Begriffen:

- \* 9/11
- \* Abu Ghraib
- \* Vietnam Krieg?

Die meisten Menschen „sehen“ bei 9/11 die Twin Towers, die attackiert werden oder kollabieren, bei Abu Ghraib Folterszenen aus dem Gefängnis im Irak und im Zusammenhang mit dem Vietnamkrieg, das nackte Mädchen, das sich aus einem brennenden Dorf rettet.

Unser Test zeigt: Bilder erzeugen bleibende Eindrücke. Bilder wecken Emotionen, sie lösen Mitleid, Erbarmen, Hass, Wut, Unverständnis aus. Sie haben die Macht unser Fühlen, Denken und damit unser Handeln zu beeinflussen. Aufgrund ihrer emotionalen und kognitiven Effekte haben Bilder eine nachhaltige Wirkung, sie hinterlassen Spuren, von denen einige sich im kollektiven Gedächtnis der Menschheit eingebrannt haben.

Gewisse Bilder werden wir unser Leben lang nicht mehr vergessen.<sup>1</sup>

Gerade weil Bilder so mächtig sind, haben sich auch schon immer Herrscher und Politiker für die Macht der Bilder interessiert. Sie haben versucht, dieses Mittel für ihre Zwecke zu instrumentalisieren. Schon früh wurden deshalb Bilder verboten oder inszeniert, respektive manipuliert und retouchiert.<sup>2</sup> Auch heutzutage werden Bilder häufig von Interessengruppen und politischen Parteien als emotionale „attention grabber“ benutzt, um einen bestimmten Sachverhalt nicht zu erhellen, sondern um Menschen zu beeinflussen.

Der Trend zu einer bildhaften Informationsvermittlung hat im letzten Jahrhundert dramatisch zugenommen.<sup>3</sup> Diese Entwicklung ist nicht unproblematisch. Immer mehr Menschen informieren sich über (bewegte) Bilder und glauben damit, komplexe Sachverhalte zu verstehen: „Wir haben es ja mit eigenen Augen gesehen.“ Dank dem Bild sind wir in einem „Augenblick“ sofort mitten im Geschehen, glauben informiert zu sein, wissen Bescheid und können Stellung beziehen“ – eben: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.

An die Stelle einer differenzierten Betrachtungsweise tritt daher oft eine naive Bildergläubigkeit. Bilder fördern so nicht eine kritische Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit, sondern sie verhindern sie geradezu. Anstelle des wohlinformierten Bürgers, tritt der gut unterhaltene Bürger. Der Begriff des Infotainment bringt dieses Phänomen auf den Punkt.

---

<sup>1</sup> Über die Macht der Bilder, vgl. dazu: Ballstaedt, Steffen-Peter, Worin besteht die Macht der Bilder, in: Die Macht der Bilder, Zürcher Hochschule Winterthur, Nr. 29, Juni 2006, S. 4-7.

[http://www.zhaw.ch/fileadmin/user\\_upload/zhaw/publikationen/zhwinfo/ZHWinfo29.pdf](http://www.zhaw.ch/fileadmin/user_upload/zhaw/publikationen/zhwinfo/ZHWinfo29.pdf)

<sup>2</sup> Eine Auswahl an solchen Beispielen findet man auf folgenden Webseiten:

<http://www.cs.dartmouth.edu/farid/research/digitaltampering/>

<http://www.rhetorik.ch/Bildmanipulation/Bildmanipulation.html>

<sup>3</sup> Vgl. dazu Paul, Gerhard (Hrsg.), Das Jahrhundert der Bilder: 1900 – 1949, Göttingen 2009, S. 14.

Der Zürcher Medienpädagoge Christian Doelker stellte schon früh ein „Missverhältnis von Bilderflut und Bildkompetenz“ fest<sup>4</sup>. Die Schüler lernen zwar, sich kritisch mit Texten auseinanderzusetzen und Informationen zu hinterfragen (vgl. dazu die Diskussionen um Wikipedia), man vermisst aber eine kritische visuelle Kompetenz im Hinblick auf die Bilder.<sup>5</sup>

Weil Bilder heutzutage allgegenwärtig sind und weil sie einen grossen Einfluss ausüben, (warum sind wohl nur noch 54% der Mädchen zufrieden mit ihrem Gewicht und nur 56% zufrieden mit ihrem Aussehen?<sup>6</sup>) lohnt es sich, dieses Phänomen im Unterricht genauer zu thematisieren. Ein kritischer und reflexiver Umgang mit Bildern ist für unsere „bebilderte“ Gesellschaft von zentraler Bedeutung. Es gilt eine naive „Bildgläubigkeit“ durch ein kritisches Bildbewusstsein zu ersetzen.

Die Schüler sollen erkennen, dass jedes Bild mit einer bestimmten Absicht ausgewählt und in einem bestimmten Kontext gezeigt wird. Diese Darstellung stellt jeweils einen selektiven Ausschnitt aus der Welt dar, ohne Anspruch auf endgültige Wahrheit. Der Betrachter muss sich dabei stets fragen, warum ihm genau diese Bilder auf diese Art und Weise gezeigt werden.

---

<sup>4</sup> Vgl. bspw. Frank Haase/Christian Doelker: Texte über Medien - Medien über Medien. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, Schriftenreihe Bd. 4. Baden-Baden 1998. S. 17-42. Online zu finden unter:

[http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/doelker\\_medienpaedagogik/doelker\\_medienpaedagogik.html](http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/doelker_medienpaedagogik/doelker_medienpaedagogik.html).

<sup>5</sup> Zuweilen sind Bilder jetzt schon mächtiger als die Realität, das zeigt sich etwa dann, wenn Kinder lila Kühe malen.

<sup>6</sup> <http://www.presseportal.de/pm/13440/1403570/bravo>