

Mächtige Bilder, ohnmächtige Ethik?

Der verantwortbare Umgang mit Filmen und Fotografien

Bilder erwecken von allen medialen Darstellungsformen am ehesten den Eindruck, die Wirklichkeit so abzubilden, wie sie ist. Dass der gesprochenen und geschriebenen Sprache nicht zu trauen ist und durch sie die Wirklichkeit teils absichtlich, teils irrtümlich auf den Kopf gestellt werden kann, ist allein schon deshalb einleuchtend, weil wohl jeder selbst einmal irgendwann die Unwahrheit gesagt hat. Bilder hingegen erzeugen den Eindruck, als fange die Kamera Menschen oder Ereignisse so ein, wie sie tatsächlich sind.

Ob in der Werbung, den Nachrichten, in Unterhaltungsprogrammen, der politischen Kommunikation und nicht zuletzt im privaten Bild – überall werden emotionalisierende Bilder eingesetzt, um Aufmerksamkeit zu erregen, Einstellungen zu beeinflussen und ein bestimmtes Verhalten auszulösen. Auch wenn inzwischen jeder weiß, dass im Zeitalter von Bildbearbeitungsprogrammen auch ein Laie die tatsächliche Szene verändern kann, so hat das Bild dennoch eine hohe Suggestionskraft, die sich erst verliert, wenn sich beim Zuschauer Zweifel an der Wahrhaftigkeit des Bildes regt. Dies erfordert beim Betrachter ein hohes Maß an Bildkompetenz.

So werden in der Öffentlichkeit oft kontrovers diskutierte Bilder präsentiert, die Fragen aufwerfen, was ethisch vertretbar ist. Was darf man (nicht) zeigen? Was sollte man zeigen? Welche Erwartungen werden an Kameraleute, Fotografen oder Redaktionen von Zeitschriften und Fernsehsendern gestellt, die bei der Herstellung, Auswahl und Verbreitung von Bildern erfüllt werden sollten?

medien impuls gibt einen Überblick über das relativ junge Fach der visuellen Kommunikationsforschung und die Herausforderungen, die ihm in Zeiten zunehmender Allgegenwart von medialen Bildern gestellt werden. Dabei möchte die Tagung die Produktion, Rezeption und Wirkung von Bildern ethisch einordnen, ihre Emotionalisierungsstrategien beleuchten und u.a. der Frage nachgehen, welche Medienkompetenzen für den Umgang mit Bildern und deren Kontexten erforderlich sind. Darüber hinaus sollen anhand konkreter Beispiele zusammen mit dem Publikum Kriterien für eine verantwortbare Einschätzung diskutiert und entwickelt werden.

Diese *medien impuls* ist in Kooperation mit der DGPK- Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“ entstanden und versteht sich als Auftaktveranstaltung zum Fachgruppentreffen [zeigen | andeuten | verstecken – Visuelle Kommunikation zwischen Ethik und Provokation](#) am 8. und 9. Dezember in Berlin. Bei Teilnahmeinteresse an dieser Tagung wenden Sie sich bitte an graubnerc@fsf.de.

7. Dezember 2017, Bertelsmann Repräsentanz (Unter den Linden 1), Berlin

| | |
|--|---|
| 14.00 Uhr | Begrüßung und Einstimmung Prof. Joachim von Gottberg Hosam Katan (Kriegsfotograf) |
| 14.15 – 14.45 Uhr | Bilder und ihre Wahrnehmung Prof. Dr. Klaus Sachs-Hombach (Eberhard Karls Universität Tübingen) |
| <i>Bildethik</i> | |
| 14.45 – 15.15 Uhr | Grenzwertig. Bilder aus ethischer Perspektive Prof. Dr. Christian Schicha (Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg) |
| <i>Produktion</i> | |
| 15.15 – 16.00 Uhr Input-Gespräch mit: | In Szene setzen: Emotionalisierungsstrategien und ihre Wirkungen Johannes Böhning (WeltN24) Prof. Dr. Frank Schwab (Julius-Maximilians-Universität Würzburg) |
| 16.00 – 16.45 Uhr | Pause |
| <i>Rezeption und Wirkung</i> | |
| 16.45 – 18.00 Uhr | Ethische Grenzen. Diskussion anhand von Beispielen Prof. Dr. Katharina Lobinger (Università della Svizzera italiana Lugano) Joachim Herrmann (Thomson Reuters Deutschland) PD Dr. Arnd Pollmann (Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg) |
| | Moderation: Shanli Anwar (DLF Nova) |
| anschließend | Empfang |

Tagungsbüro: Camilla Graubner / FSF e.V. / Am Karlsbad 11 / 10785 Berlin, Tel.: (030) 230 836 60/ mail: graubner@fsf.de

Eine Anmeldung zur Tagung ist bis zum 30. November 2017 im Tagungsbüro möglich.

Hinweis: Bitte nehmen Sie zur Kenntnis, dass Sie sich mit Ihrer Teilnahme an der Veranstaltung damit einverstanden erklären, auf Fotos und Videomaterial bei der Berichterstattung über die Veranstaltung zu erscheinen.