

# Bildmacht Foto

## Wie Fotos unser Verhalten und Erleben beeinflussen

**Martin Schuster** *Werbefotos animieren uns zum Kauf, Pressebilder formen unser Geschichtsbild und im privaten Bereich prägen Fotos unsere Erinnerung. Die Inszenierung von Schönheit, Erfolg und Glück ist dabei oberstes Gebot der heutigen Leistungsgesellschaft. Einige konkrete Beispiele, die die Macht der Fotografie und die vielfältigen Wirkungen von Bildern im Alltag aufzeigen, geben Einblick in das komplexe Feld der Fotopsychologie.*

Wie stark sich Bild-Kommunikationen auf Motivation und Verhalten auswirken, ist schon lange bekannt. Über Jahrhunderte waren die Bilder in den Kirchen wichtige Propaganda-Träger des Glaubens. Allerdings wurden sie damals noch wenig kontrolliert. Sogar die – gar nicht christliche – antike Vorstellung von der Verstirnung der Seele („Die Seele fliegt zu einem Stern“) findet sich an christlichen Kirchenwänden verbildlicht und die christlichen Heiligen tragen den Strahlenkranz (Nimbus) des antiken Sonnengottes. Unsere Neigung, das Bild mit der wirklichen Sache zu verwechseln, also die Gottesstatue mit dem Gott, führte immer wieder zu Bildverboten.

Auch heute noch wirkt das Prinzip der Bildmagie: Das kleine Foto einer geliebten Person, der Eltern oder auch des Hundes in der Brieftasche wird weniger deshalb mitgetragen, um gezeigt zu werden. Diese Bilder, die nach meinen Beobachtungen oft gar nicht viel hermachen, suggerieren vielmehr eine Art reduzierte Anwesenheit des anderen Menschen. Eine Studentin erwähnte im Interview: „Obwohl es komisch klingt, glaube ich, das Bild kann mich beschützen.“<sup>1</sup>

### Fotos formen das Bewusstsein

Heute, in der Zeit der Werbekommunikationen, gibt es zwar bildkundige Werbefachleute, beim breiten Publikum ist die Medienkompetenz im Umgang mit den Werbebildern kaum gestiegen. Viele Konsumenten können die bildhafte Botschaft der Werbung kaum entschlüsseln. So dürfen die Werbebotschaften sogar grob unplausibel sein, wie etwa das (sexuelle) Eheglück, das durch die Kaffeesorte gefördert wird.

Fotos mit ihrer starken „Wahrheitssuggestion“ verstärken die Überzeugungskraft des Bildes noch einmal in ganz besonderer Weise. Ende des 19. Jahrhunderts gab es in den Zeitungen eine Menge schriftlicher Berichte über die Flüchtlingsströme in Amerika, aber erst Fotos von den Flüchtlingscamps (z.B. **Dorothea Langes** Bild „Migrant Mother“) lösten einen Strom von Spenden aus. Der Film „Es geschah in einer Nacht“, in dem Clark Gable in einer erotischen Situation ohne Unterhemd auftrat, führte zu einer Krise der amerikanischen Baumwollindustrie. So musste in einem späteren Film eine Szene mit Unterhemd nachgelegt werden.

Wir wollen das nicht weiter ausführen; allein die Mittel, die für Film und Fernsehwerbung ausgegeben werden, belegen den immensen Einfluss von Bildern auf unser Verhalten.<sup>2</sup> Daher werden Nachrichtenbilder auch in allen politischen Systemen kontrolliert. Für den westlichen Betrachter wurden zum Beispiel keine Bilder von Osama bin Ladens Tötung freigegeben; sie hätten dem Sachverhalt der Exekution eine Realität gegeben, die höchst wahrscheinlich zu gewalttätigen muslimischen Proteststürmen geführt hätte.<sup>3</sup> Das Rätselhafte dieses historischen Ereignisses verdichtet sich im Pressefoto, das Präsident

Obama und die Spitze seiner Administration bei einer Filmübertragung von jenen Vorgängen zeigt, die der demokratische Bürger nicht sehen durfte.

Solche Ikonen der Pressefotografie prägen – zusammen natürlich auch mit anderen verbalen Informationen – unser Geschichtsbild. Dazu trägt sicher bei, dass wir die Fotos immer wieder sehen. Wie das Bild von Obama, der im „Situation Room“ des Weißen Hauses den Tod von Osama bin Laden via Bildschirm verfolgt, sind es zumeist Bilder, die den Kern der Ereignisse zeigen, die die Abläufe symbolisch-bildhaft verdichten.

Wie sich Bilder in das Denken einmischen, können wir aus einem Beispiel der Schweizer Psychologin Meili-Dworetzki<sup>4</sup> lernen. Ihr Sohn zeichnete Männchen mit abstehenden, aufrechten Haaren. Danach gefragt, wohin die Haare wachsen, wenn man sie nicht schneidet, antwortete der Junge ganz gegen die landläufige Anschauung: „An die Decke.“ Er hat also die Haare seiner eigenen Zeichnung in Gedanken verlängert!

### **Folgen für die Medienpädagogik**

Die Medienpädagogik sollte sich stärker mit den Kommunikationsprozessen der Pressefotografie beschäftigen. So gilt es beispielsweise, die Rolle der Medien zu verstehen, die durch grausame Kriegsbilder Hilfsbereitschaft und auch politische Aktionsbereitschaft der Zuschauer herbeiführen wollen. Uns Zuschauer lassen diese Bilder allerdings hilflos und gegebenenfalls bei kindlichen Betrachtern auch verängstigt zurück. Hintergrundinformation, die die Einflusswege auf Filmerzeugnisse und Fernseherzeugnisse aufzeigt, bewahrt vor allzu gutgläubiger Nachrichtenhörigkeit. Auch Verleger haben eigene Interessen und Besitzer von Presseorganen, wie zum Beispiel politische Parteien, machen ihren Einfluss geltend.

### **Bild-Ikonen des privaten Lebens**

Private Fotos sind wichtige Teile der erinnerten Lebensgeschichte. Dabei gibt es bedeutsame Einzelfotos: Solche Fotos beispielsweise, derentwegen man ausgelacht wurde, brennen sich in die Erinnerung ein. Meine Eltern hatten ein Dia, das mich mit einer Schirmmütze in der Hand vor der Hose zeigt: Der weiße Rand der Mütze gegen den transparenten Schirm sieht aus wie ein Urinbogen: Alle Betrachter lachen zuverlässig. Meine Eltern zeigten dieses Bild immer wieder gern, beispielsweise wenn Geburtstage Anlass zu Retrospektiven boten. Meine Bekannte Christa erinnert sich ebenfalls, einmal bei der Präsentation eines Bildes als Kind hämisch ausgelacht worden zu sein. Sie wusste gar nicht so genau, warum gelacht wurde oder ob das Lachen überhaupt etwas mit dem Bild zu tun hatte, dennoch haben sich Ereignis und Bild in ihr Gedächtnis eingebrannt.

Gutes Aussehen hat im Leben einen hohen Tauschwert. Schönheit erleichtert nicht nur die Partnersuche, auch Prüfungsnoten und beruflicher Erfolg hängen zum Teil davon ab. So wundert es nicht, dass ein schönes Porträtfoto einen großen Wert hat. In meinem Schatz von über 20.000 Fotos gibt es ein Foto aus meiner frühen Jugend, auf dem ich sportlich-gut aussehe und an das ich mich sofort erinnere sowie an andere später als junger Student, auf denen die schicke Jacke mich etwas schmalbrüstig aussehen ließ. Nahezu alle von mir befragten Personen können sofort und ohne ihre Fotos durchzusehen bestimmte Bilder benennen, auf denen sie gut getroffen sind. „Das war genau ich, wie ich mit meinem Bonanza-Rad auf der Straße stand“, erinnert sich die 50-jährige Hildegard an ein glücklicherweise nicht verschollenes Foto aus der Kindheit.

Später verschickte ich auf Anfrage selbst geschossene Porträts. Als ich wiederum später an Fotositzungen mit Profi-Fotografen teilnehmen konnte, war ich sehr erstaunt, wie gelungen deren Fotos waren. Wer nur mit kleinen Weitwinkelobjektiven fotografiert, kommt zu wenig befriedigenden Ergebnissen, das eigene Foto als Spiegel kann so keine erfreulichen

Rückmeldungen geben. Fotoapparate mit derartigen Weitwinkelobjektiven sind ja berühmt berüchtigt für „Verbrecherfotos“.

### **Folgen für eine Fotopädagogik**

Hässliche Fotos können – besonders in der Jugend, in der man ohnehin dazu neigt, das eigene Äußere überkritisch zu beurteilen – das Selbstwertgefühl beeinträchtigen. Es scheint mir sinnvoll, in der Schule oder im Jugendclub ein wenig über Porträtfotografie zu lernen, damit wenigstens „gerechte“ Fotos entstehen. In Psychotherapiegruppen mit Mädchen kann das gelungene Porträtfoto ein Teil der Stabilisierung der neuen selbstbewussten Identität darstellen.<sup>5</sup>

Begleitend sollte eine Auseinandersetzung mit dem Schönheitsbegriff zu der Erkenntnis führen, dass es eben nicht nur eine bestimmte Form von Schönheit gibt, sondern vielfältige Typen von den Mitmenschen ganz unterschiedlich bevorzugt werden.

Persönliche Porträtfotos spielen mehr noch als Presse- oder Werbefotos eine Rolle bei der eigenen Einordnung eines Menschen in die Welt, doch das Bewusstsein darüber ist wenig ausgeprägt. Wie geht man mit Fotos um, die eine andere Person schlecht aussehen lassen? In jüngster Zeit werden zu dieser Frage gesetzliche Regelungen diskutiert, einen Moralkodex aufzustellen ist auf jeden Fall sinnvoll. Gut, wenn man die Kontrolle über blamable Fotos hat. Viele werfen solche Fotos gleich weg oder löschen sie von der Festplatte. Die „lustigen“ Fotos der Kinder werden dagegen gern aufbewahrt.

### **Triumpfgesten und Glücksposen**

Die jugendlichen Selbstdarstellungen, die *Selfies*, verweisen auf eine neue Exaltiertheit (der histrionische Charakter<sup>6</sup>). Während in der Jugendsprache „cool“ nahezu als Synonym für „positiv“ steht, zeigen die *Selfies* exaltierte Sprünge und Triumphgesten wie beim Gewinn einer Goldmedaille. Man springt wie ein kleines Kind freudig in die Luft und klatscht gar manchmal in die Hände. Angesichts der Wechselfälle des Lebens scheint die Veränderung folgerichtig: Ein immer cooles, gleichförmiges Gesicht wäre ja echt langweilig. Vorbilder für Triumphgesten findet man im Film (Armausbreiten wie am Bug der „Titanic“) oder auch im Sport: Mädchen zerreißen andeutungsweise ihr Hemd wie der Diskuswerfer Oswald beim Gewinn seiner Goldmedaille (2013). Dass Bilder einer entblößten weiblichen Brust, von dem das Hemd gerissen wurde, eine ganz andere Bedeutung haben können (wir denken etwa an Jeanne d'Arc), kommt Jugendlichen erst einmal nicht in den Sinn.

Die Vorbilder für Erfolgsposen finden junge Leute heute in den Unterhaltungsmedien. Wer es auf den Stuhl von Jauchs Quizsendung „Wer wird Millionär“ geschafft hat, zeigt die Freude medienwirksam – und sogar so grenzüberschreitend, dass der verblüffte Moderator von den weiblichen Gästen angesprungen wird. Irgendwie bleibt manchem dennoch bewusst, dass übertriebene Posen nicht völlig „cool“ sind: Mein 26-jähriger Assistent möchte seine Triumphgesten angesichts der Sehenswürdigkeiten Südamerikas lieber nicht für einen Vortrag über Posen auf *Selfies* zur Verfügung stellen.

Je gleicher die Chancen des Lebens für die Menschen sind, desto mehr ist jeder seines Glückes Schmied. Genießt er sein Leben nicht, hat er etwas falsch gemacht, oder zumindest die falschen Entscheidungen getroffen. Wer also nicht als Depp dastehen will, visualisiert in seinen Bildern des Urlaubs und des täglichen Lebens das erreichte Glück.

Allerdings: Der helle Glanz der Erfolge verblasst in der Reihe schöner Momente und gespielter Begeisterung. Den Fotos fehlt der Anker des realen Lebens mit seinen eben auch existenten Tiefen. Hinzu kommt, dass es ein wenig neidisch machen kann, das massenweise Glück der anderen Menschen bildlich präsentiert zu bekommen – weiß man ja

nicht, ob auch ihr Glück gespielt oder vielleicht doch echt ist.<sup>7</sup> Auf jeden Fall stammen die Fotos aus den glücklichen Momenten, die wenig glücklichen Momente bleiben meist bildstumm.

Die zeitgenössische Foto-Kunst setzt dazu einen drastischen Kontrapunkt; dort wird der Tod von Verwandten, der Verlust des Geschäftes oder – wie etwa bei der Fotokünstlerin **Nan Goldin** – sexuelle Abhängigkeit zum Thema von Fotoserien, die ihre Protagonisten oft über mehrere Jahre begleiten. Absichtlich unprofessionell fotografierte Schnappschüsse suggerieren eine intime, private Fotografie.

### **Präsenz der Vergangenheit**

Der Blick auf die Fotos des eigenen Lebens erweitert unser Selbstbewusstsein um die Erkenntnis von Blüte und Verfall. Studentinnen meiner Fakultät hatten Aktfotos von sich anfertigen lassen, die ihr Aussehen auf dem Höhepunkt der Jugend dokumentieren sollten. Durchaus stolz wurden sie im Seminar "Fotopsychologie" gezeigt. Zudem: Das Foto stützt unsere allzu unzuverlässige Erinnerung; man kann es geradezu als Erinnerungsprothese betrachten. Sogar Erinnerungen vor dem zweiten Lebensjahr werden beim Betrachten von Fotos wieder abrufbar. (Sobald Karin das Foto sieht, erinnert sie sich an den Moment; sie wollte damals nicht mehr mitlaufen und hatte sich in den Schnee gesetzt. Sie war damals circa 18 Monate alt.)

Die Fotografie hat neue Möglichkeiten des Erinnerens und Gedenkens geschaffen. Die Präsenz des Vergangenen, zum Beispiel verstorbener Personen, erhält in der Fotografie eine besondere Dauerhaftigkeit.

Die genannten Möglichkeiten des Mediums Fotografie nutzen die meisten Menschen nur zum Teil. In den traditionellen Bahnen wird touristisch fotografiert. Bilder von Freunden und Kollegen aus der Lebenszeit besitzen ältere Menschen häufig nur in zufälligen Ausschnitten von rituellen Momenten wie Jubiläen und Abschlussfeiern, bei denen üblicherweise Gruppenaufnahmen entstanden. Geliebtes Spielzeug oder gute Bastelarbeiten aus der Kindheit, Wohnungen und Anschaffungen sind meist eher zufällig Thema der privaten Fotografie. Im höheren Lebensalter gehören aber gerade Fotos von geliebten Menschen zum hochgeschätzten Besitz, dessen Verlust man nicht riskieren möchte.

### **Befreiung innerer Bilder**

Das neue, schnell bereitstehende Digitalfoto ermöglicht es uns sogar, die früher im Kopf gefangenen Bilder eindrucksvoller Erlebnisse zeitnah mit anderen Menschen zu teilen. Die „Wunderschönheit“ der morgens getroffenen Prinzessin ließ sich schon im Märchen schwer in Worte fassen. Im (Digital-)Foto könnte man sie am Nachmittag stolz den Freunden zeigen. Insofern ist die Sofort-Digitalfotografie eine wichtige Erweiterung der menschlichen Kommunikationsmöglichkeiten, eine Befreiung von Bildern, die sonst monadisch im Kopf eingeschlossen geblieben wären.

**Prof. Dr. Martin Schuster** ist Psychologischer Psychotherapeut, Kinder- und Jugendpsychotherapeut in Köln. Er war Professor an der Universität Koblenz und Akademischer Rat an der der Universität zu Köln. Autor zahlreicher Bücher und Aufsätze zur Psychologie des Bildes und zur Kunstpsychologie..

#### **Anmerkungen:**

1. Freedberg, D. (1989): The power of Images. Chicago: University of Chicago Press.

2. Schuster, M. (2006): Bilder sehen, verstehen und gestalten. Eine Psychologie der Fotografie. Heidelberg: Springer.

3. Schuster, M. (2014): Obama im Situation Room. In: Przyborski, A & Haller, G. (Hrsg.) Das politische Bild. Ein Foto – vier Analysen.  
Opladen: Leske und Budrich, im Druck.
4. Meili-Dworetzki, G (1957): Das Bild des Menschen in der Darstellung und Vorstellung des Kleinkindes. Huber, Bern.
5. Powell, J.; Faherty S.L. (1990): Treating sexually abused latency age girls. *The Arts in Psychotherapy*, S. 17, S. 35-47.
- 6: Winterhoff-Spurk, P. (2005): *Kalte Herzen*. Stuttgart: Klett Cotta.
7. Hui-Tzu, G. C.; Edge, N. (2012): "They Are Happier and Having Better Lives than I Am": The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*. Volume 15, Issue 2, February 9, 2012.