

Momentfotografie

Ein neues Medium von gestern

von Wolf-Rüdiger Wagner

Die Vergegenwärtigung der Neuheit eines Mediums, das uns altvertraut ist, zeigt, wie Medien die Wirklichkeit und ihre Wahrnehmung verändert haben und in einem schwer abschätzbar Maße heute verändern.

„Innerhalb großer geschichtlicher Zeiträume verändert sich mit der gesamten Daseinsweise der menschlichen Kollektiva auch die Art und Weise ihrer Sinneswahrnehmung“¹.

Wie sich unsere Wahrnehmung von Wirklichkeit durch die Medien verändert, ist ein wichtiges Thema der Medienpädagogik. Ein wichtiges, aber auch ein anspruchsvolles und schwer zu vermittelndes Thema. Schwer zu vermitteln, weil die Art und Weise, wie wir die Welt sehen und erleben, uns selbstverständlich und natürlich erscheint. Schwer zugänglich auch deswegen, weil Veränderungen in unserer Wahrnehmung und in unserem Erleben sich langsam und unbemerkt durchsetzen.

Ein Thema also, das sich der pädagogischen Alltagspraxis entzieht. Bleiben offensichtlich nur anekdotische Anmerkungen² oder kulturgeschichtliche Exkurse. Die anekdotischen Anmerkungen erschöpfen sich zumeist in Erwähnung der Kinder von heute, in deren Vorstellungswelt Alpenkühe lila sind und das Wort Frosch spontan mit dem Bild Kermits aus der Se samstraße verbunden wird.

Kulturgeschichtliche Exkurse andererseits führen schnell auf theoretische Höhen, in denen ohne entsprechende Vorbereitung die Luft zum Mitdenken dünn wird. Wenn man trotzdem daran festhält, daß die Wechselwirkungen zwischen unserer Wahrnehmung von Welt und den Medien ein zentrales Thema der Medienpädagogik sind, muß man nach Zugängen suchen, um sich dieses Thema durch eigene Überlegungen, durch Anschauung und Eigentätigkeit zu erschließen.

Daß es Zugänge zu dieser Thematik gibt, zeigt die Beschäftigung mit einem

„neuen Medium von gestern“, mit der „Momentfotografie“.

Denkt man an Staatsbesuche und die Hofberichterstattung im Fernsehen und in den anderen Medien, so ist die Vorstellung, Politiker könnten es ablehnen, sich beim Essen fotografieren (siehe Kasten) zu lassen, mehr als antiquiert. Die Wirtschaftskrise und die damit verbundene soziale Not erklärt das Verhalten der preußischen Minister nur zu einem Teil. Die preußischen Minister erlebten das Aufkommen der Momentfotografie und hatten ihre Schwierigkeiten mit dem neuen Medium.

Erst seit den 20er Jahren war die Fotografie technisch so weit entwickelt, daß durch leichte Kameras, lichtstarke Objekte und die Erfindung des Vakublitzes Momentaufnahmen aus der Hand in Innenräumen möglich wurden.⁴ Damit war der Fotograf nicht mehr auf die Mitwirkung der Aufzunehmenden angewiesen, sondern konnte mit Schnappschüssen auf Fotojagd gehen.

Wie neu dieses Medium „Momentfotografie“ für die Zeitgenossen war, läßt sich daraus erschließen, daß Bildreporter und Zeitungswissenschaftler durchaus Verständnis für die Reaktion der preußischen Regierung zeigten. „Bilder, die für die Öffentlichkeit nicht geeignet oder unwahr sind, weil sie Augenblicke darstellen, die durchaus unwichtig für eine bestimmte Veranstaltung sind, führende Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens durchaus privat, vielleicht sogar in verletzender Weise zeigen, gehören ins Archiv; mindestens aber sollten sie die Redaktionen zurückweisen.“⁵

Durch den Schnappschuß werden Ausschnitte aus der Wirklichkeit in einer neuen Art und Weise fixiert. Die Fotografie ist so „schnell“ geworden, daß sie Momente festhält, die das menschliche Auge als Einzeleindruck nicht wahrnimmt.⁷ Die

Preußische Minister lehnen Teilnahme ab, wenn schon beim Essen fotografiert wird

Erklärung des Pressechefs der preußischen Regierung in einem Radio-Vortrag der Berliner Funkstunde am 13. Mai 1930

„Zu keinem Festessen, zu keiner gastlichen Veranstaltung können die Minister gehen, ohne photographiert zu werden. — Während des Essens stürzen plötzlich von allen Seiten Pressephotographen herbei, um die Minister aufzunehmen, wie sie gerade die Gabel zum Munde führen.

Abgesehen von dem unsozialen Moment ist es eine Unwürdigkeit, dem Volk dauernd essende und trinkende Minister vorzuführen. Kulturmenschen machen vom Essen und Trinken nicht so viel Aufhebens. Bilder von Ministern aber werden dem Volke präsentiert.

Eine wirklich intelligente und nicht allzu bequeme Bildreportage soll den Menschen da zu photographieren versuchen, wo eine charakteristische Gebärde das geistige Niveau des Betreffenden zum Ausdruck bringt.

Es ist aber bequem, im Saal herumzulaufen und die Minister, die sich nicht wehren können, mit der Kamera zur Strecke zu bringen. Es gibt genug andere Gelegenheiten, Konferenzen, Besichtigungen von Neueinrichtungen usw., wo man die Minister photographieren kann. Die Minister, denen der Geduldsfaden rasch gerissen ist, wollen weniger photographiert, dafür in ihrer sachlichen Arbeit verstanden und gewürdigt sein.“⁶

Werbung bringt dies heute auf die Formel „Filme sehen den Knall besser als der Mensch“. Als Illustration dazu sieht man in einer Anzeige das Bild eines Jungen, der einen Luftballon aufbläst. Die Fotografie hält exakt den Moment fest, in dem der Ballon platzt. Im kleingedruckten Text heißt es dann weiter: „Filme machen uns Dinge aus unserer Umwelt bewußt, die das menschliche Auge nie so sehen würde. Nie so scharf, so detailliert oder so groß.“⁸

„Zwischenzeiten“, d.h. Übergänge im Mienen- und Gebärdenspiel eines Politikers können festgehalten werden, die sich der normalen Wahrnehmung entziehen. Derartige Fotografien sind nicht manipuliert und lassen dennoch keinen Rückschluß auf eine Situation zu. Leicht geschlossene Augen auf einem Schnappschuß

Dr. Wolf-Rüdiger Wagner arbeitet als Dezerent beim Nieders. Landesinstitut für Lehrerfortbildung in Hildesheim.

vermitteln dem Betrachter den Eindruck von Schläfrigkeit. Fixiert wurde unter Umständen nur die „Zwischenzeit“ des normalen Lidschlages. Erst mit der Schnappschuß-Fotografie wird es möglich, Politiker und andere Berühmtheiten mit authentischen Bildern „aus dem wirklichen Leben“ dem Massenpublikum nahezubringen. Diese Möglichkeit gab es zuvor nicht.⁹ Dabei handelt es sich bei Schnappschüssen nicht um Manipulation, sondern um die Fixierung eines Moments, der sich unserer normalen Wahrnehmung entzieht. Die Kamera „sieht“ anders als wir.

Die „Schnelligkeit der Fotografie“ führt dazu, daß weniger als ein „Augenblick“ festgehalten wird. Die technische Perfektion der Momentfotografie hat scheinbar zu einem Zuwachs an Authentizität geführt, dem sich der Betrachter nur schwer entziehen kann. So erhalten sportliche Zweikämpfe im Schnappschuß eine dramatische Zusitzung, die sie für den unmittelbaren Zuschauer nicht haben. Die Sportberichterstattung in den Tageszeitungen bezieht ihre Attraktivität nicht zuletzt aus den oftmals faszinierenden Fotos, in denen Momente, die sich der Wahrnehmung entziehen festgehalten und zu dramatischen Ausschnitten aus dem Geschehen verdichtet werden.

Videorekorder mit Standbild und Einzelbildfortschaltung ermöglichen es nun, diesen „Momentbildeffekt“ direkt und unmittelbar vorzuführen, selbst auszuprobieren und mit den Effekten spielerisch umzugehen. Beliebige Aufzeichnungen aus dem Fernsehen, aber insbesondere auch Ausschnitte mit bekannten Personen und Aufnahmen, in denen man selbst in Aktion zu sehen ist, eignen sich hierzu.¹⁰

Hat man sich über das Experimentieren mit Standbildern einen Zugang zum Thema „Wahrnehmung — Medien — Wirklichkeit“ erarbeitet, lassen sich diese Einsichten z.B. an der Sportberichterstattung in den Montagsausgaben der Tageszeitungen überprüfen und vertiefen.

Für die Weiterarbeit an der Fragestellung, wie die Medien unsere Wahrnehmung und Erfahrung von Wirklichkeit beeinflussen, bieten sich eine Reihe von Möglichkeiten an. Wichtig ist dabei, daß man sich nicht lediglich in einer Vielzahl von Einzelbeobachtungen verliert. Isolierte Beobachtungen und Anmerkungen zur Medienwelt regen zwar zu Widerspruch oder zu Zustimmung an, bleiben jedoch auch unverbindlich, da man sich nicht systematisch mit ihnen auseinandersetzen kann.

Für den Bereich der Fotografie bieten sich die Auflistung und Beschreibung der „Unterschiede zwischen der direkten Be-

obachtung der Natur und dem Betrachten der Fotografie der Natur“ sowie „Die der Fotografie eigentümlichen Bildwirkungen“, die man bei Heinz Buddemeier findet¹¹, zur Fortsetzung an. Die bloße Auflistung medienpezifischer Merkmale wäre wenig ergiebig für die medienpädagogische Praxis. Bei Buddemeier ist die Auflistung und Darstellung dieser Merkmale jedoch eingebettet in die Frage, ob Fotografien zum Verständnis von Natur und Umwelt beitragen können. Seine These, die Fotografie trage zur Entfremdung von Natur bei, provoziert dazu, sich mit seiner Analyse der Fotografie intensiver auseinanderzusetzen.

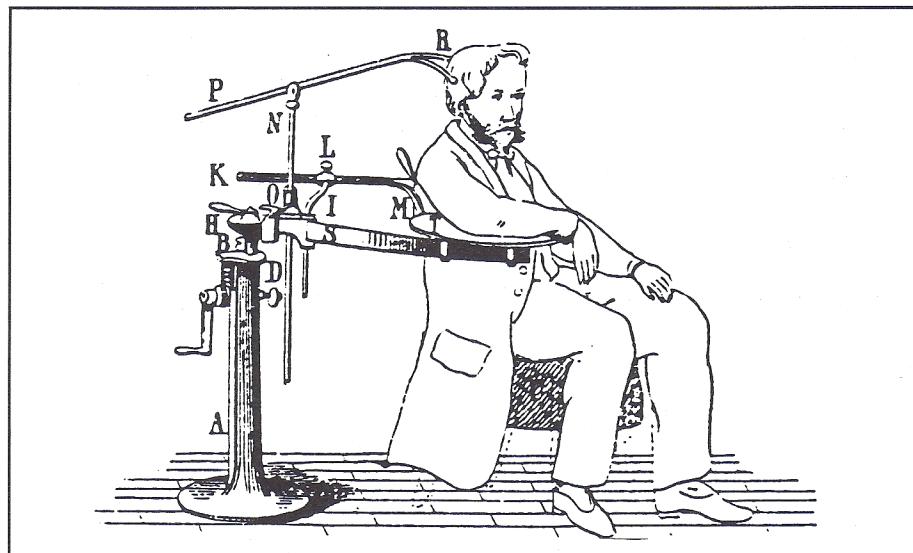
Will man unmittelbarer an eigenen Erfahrungen — und oftmals auch Interessen — anknüpfen, bietet sich die Beschäftigung mit der Sportberichterstattung im Fernsehen an. Hier läßt sich sehr gut und

den, noch einmal über die Stadionmonitore „nahegebracht“.

Inhaltlich direkter ist der Bezug zwischen der oben zitierten Presseerklärung und Überlegungen zur Veränderung von Politik und Öffentlichkeit im Zeitalter der elektronischen Medien. Die Vermischung von öffentlichem und privatem Verhalten, für die preußischen Minister noch ein Ärgernis, ist charakteristisch für die „Fernseh-Gesellschaft“ geworden.

In den entsprechenden Abschnitten des Buches „Die Fernsehgesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter“ von J. Meyrowitz finden sich entsprechende Aussagen, die sich für eine systematische Beschäftigung mit diesem Problem anbieten:

„Da Kameras immer leichter und kleiner werden, Mikrofone und Linsen immer sensibler, weicht die Unterscheidung zwis-



Kopf- und Körperhalter (um 1865), um die notwendige lange Belichtungszeit erträglich zu machen und scharfe Bilder erzielen zu können.
Zeichnung: E. Stenger

systematisch beschreiben, worin die Unterschiede zwischen der unmittelbaren Beobachtung eines Ereignisses und dem durch Medien vermittelten Eindruck von diesem Ereignis bestehen. Dazu bietet sich die Aufzeichnung eines Fußballspiels an. Man kann aber auch den technischen Aufwand untersuchen, mit dem Sportarten — wie z.B. Golf —, bei denen es eigentlich wenig zu sehen gibt, im Fernsehen zu einem Zuschauersport gemacht werden.

Die Konkurrenz zwischen Originalereignis und elektronischer Inszenierung zeigt sich nicht nur an den Kassen der Fußballstadien, sondern auch am Einzug der elektronischen Technik in die Stadien selbst. Um gegenüber der Fernsehwirklichkeit nicht ins Abseits zu geraten, werden den Zuschauern inzwischen bei sportlichen Großveranstaltungen die entscheidenden Szenen, die „live“ miterlebt wur-

schen öffentlichem und Privatleben immer mehr auf. Politiker brauchen ihre Tätigkeit nicht mehr zu unterbrechen, um für ein Bild zu posieren oder zu einem Mikrofon zu gehen. Infolgedessen fällt es Politikern immer schwerer, zwischen ihrem Verhalten in wirklichen Situationen und dem zu unterscheiden, wie sie sich für die und in den Medien präsentieren wollen. ...

Die Präsidenten hatten früher genug Zeit, um sorgfältig ihre Reden vorzubereiten. Auch scheinbar ‚spontane‘ Aussagen wurden vorher geprobt, oft mit Ratgebern und Familienmitgliedern. Verzögerung, Unentschlossenheit und die Möglichkeit alternativer Lösungen für Probleme blieben in der unsichtbaren Hintergrundregion verborgen, die durch die Langsamkeit älterer Medien geschaffen wurde. ...

Die elektronischen Medien lassen jedoch nur sehr wenig Zeit für Vorbereitungen und Reaktionen im Hintergrund der

politischen Bühne. Da Botschaften sofort quer über das Land und die Welt gesendet werden können, fällt es sofort auf, wenn ein Präsident sich nicht unmittelbar nach einem wichtigen Ereignis zu Wort meldet. Und in Pressekonferenzen, die vom Fernsehen übertragen werden, mögen sogar einige Sekunden des Nachdenkens bei einem Politiker als Zeichen von Unentschlossenheit, Schwäche oder Senilität gedeutet werden.“¹²

Anmerkungen

1. Walter Benjamin, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Frankfurt/M 1974, S. 17

2. Vgl. dazu u.a. Helmut Zöpfl, *Das Menschenbild in den Medien*, in: Schulreport. Tatsachen und Meinungen zur Bildungspolitik in Bayern 3/1988, S. 10: „Da und dort hat die vermittelte Wirklichkeit schon Bausteinkarakter für das Welt- und Menschenbild des Kindes gewonnen. Die primäre Wirklichkeit muß sich an der sekundären Wirklichkeit messen lassen. So kann es durchaus passieren, daß ein Kind beim Anblick einer echten Kuh allmählich die Frage stellen wird, warum diese nicht so schön violett ist wie jene Kuh im Fernsehen, die für eine bestimmte Schokoladenfirma wirbt. Zeichentricktiere, aber auch dressierte Fürs, Lassies, Flippers usw., die weitgehend menschliche (manchmal auch unmenschliche) Züge tragen, sind, weil sie mehr ‚Action‘ bieten, oft interessanter als das Tier in seiner geschöpflichen Eigenart.“

3. Willy Stiewe, *Das Bild als Nachricht*, Berlin 1933, S. 96f.

4. Vgl. dazu Jan Lederbogen, „...die Atmosphäre des Geschehens in natürlicher Weise erhalten“ – *Das lichtstarke Objektiv und seine Bedeutung für den Beginn des modernen Fotojournalismus*, in: Fotogeschichte, H. 16/1985, S. 45ff.

5. Willy Stiewe, a.a.O. S. 96

6. Willy Stiewe, a.a.O. S. 64f.

7. Zu den fotografischen Techniken zur „Manipulation der Zeit“, die die alltägliche Momentfotografie überschreiten, vgl. u.a. Time-Life Bücher, *Die Photographie als Werkzeug*, 1979

8. Anzeige der Firma Kodak in: Der Spiegel Nr. 13/1980

9. Weitere Informationen zur Momentfotografie und Life-Reportage finden sich bei Josef Kasper, *Belichtung und Wahrheit. Bildreportage von der Gartenlaube bis zum Stern*, Frankfurt/M 1979, insb. S. 33-45

10. Zu technische Tips für Aufnahmen vom Bildschirm vgl. Wolf-Rüdiger Wagner/Gerhard Gömmel, *Die bildunterstützte Filmauswertung*, in: Lernmittel aktuell, H.4/1988, S. 23f.

11. Heinz Buddemeier, *Das Foto. Geschichte und Theorie der Fotografie als Grundlage eines neuen Urteils*, Reinbek bei Hamburg 1981, insb. S. 88-98. (Diese Ausführungen zum Unterschied zwischen direkter Beobachtung und dem Anschauen einer Fotografie finden sich auch in der neueren Veröffentlichung von Heinz Buddemeier, *Illusion und Manipulation. Die Wirkung von Film und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft*, Stuttgart 1987, S. 30ff. — hier aber eingebettet in anthroposophische Gedankengänge)

12. Joshua Meyrowitz, *Die Fernsehgesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter*, Weinheim und Basel 1987, S. 185 — Vgl. u.a. auch dazu: Hedrick Smith, *Wie Washington wirklich funktioniert (I): Die Video-Präsidentenschaft*, in: Der Spiegel Nr. 41/1988, S. 207ff.

„Medienmodelle live“ Ein Konzept der katholischen Medienarbeit

von Lilo Schmalzriedt

Das Mißverhältnis zwischen der Bedeutung der Medien für die soziale, psychische, ästhetische und ethische Entwicklung der Menschen und der Distanz zahlreicher Pädagogen gegenüber der Medienpädagogik versucht das Modell des medienpädagogischen Infomarktes zu korrigieren.

Die Bildungsarbeit mit ihren vielfältigen Zielgruppen und inhaltlichen Schwerpunkten macht heute immer noch einen großen Bogen um Medienpädagogik. Medien, vor allem Massenmedien und ihre mitunter fragwürdigen Produkte zum Gegenstand von Bildungsarbeit zu „erheben“, ist unüblich. Demgegenüber stehen die Realitäten, z.B. daß Unterhaltungsprogramme im Fernsehen die meisten Zuschauer finden.

Der folgende Beitrag stellt ein neues Tagungskonzept vor, das eine Brücke schlagen will zwischen den Ängsten der Pädagogen im Bildungsbereich, sich mit Medien zu befassen, und den zur Zeit verfügbaren und erprobten Arbeitshilfen und -methoden der Medienpädagogik. In diesem Zusammenhang wurde auch eine Vorfeld-Befragung durchgeführt, um die Adressaten für das Thema zu motivieren und die Reflexion über den Gegenstand „Medien“ (Schwerpunkt Fernsehen) in Gang zu setzen.

Ende Januar in Freising, Anfang März in Köln wurde je ein mediapädagogischer Infomarkt durchgeführt. Kolleginnen und Kollegen, die in irgendeiner Form pädagogische Arbeit leisten, vom Vorschulbereich über Schule zur Seniorenbildung, sollten an diesem Tag Gelegenheit haben, „Medienpädagogik“ möglichst anschaulich und praxisbezogen zu erfahren, Einblick in das praktische Handwerk zu bekommen, das sich hinter dem vielsagenden, aber für viele auch recht vagen Begriff „Medienpädagogik“ verbirgt. — Das Motto war: „Medienmodelle Live“.

Rein quantitativ gesehen war die Erfolgsquote mittelprächtig, von der Intensität der Auseinandersetzung in den

Arbeitsgruppen her jedoch sehr befriedigend. Zu jedem Infomarkt waren durchschnittlich 170 bis 200 Besucher gekommen. Angeboten waren 15 bis 20 Arbeitsgruppen, in denen Praxismodelle vorgestellt wurden.

Umfrage zur Vorbereitung

Einmal war es der Adressatenkreis der AV-Medienzentrale der Erzdiözese München und Freising und zum anderen der des Bildungswerks der Erzdiözese Köln und der Bundeszentrale für politische Bildung. Es wurden demnach in der Mehrzahl Multiplikatoren, die im kirchlichen Bereich tätig sind, erreicht. Die Vorbereitung von „Medienmodelle live“ — so hießen beide Infomärkte, fing jeweils mit einer Befragung an zu dem Zweck, die Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit dem Thema anzuregen (ohne den wissenschaftlichen Anspruch einer exakten Erhebung). Natürlich ergaben sich dabei interessante Hinweise auf die Haltung der Multiplikatoren zu Medien und Medienpädagogik. Hauptsächlich reagierten die Pädagogen aus der Jugendarbeit, den Schulen und der Erwachsenenbildung.

„Offene Tür“ für mediapädagogische Arbeitsweise

Es gibt heute eine Reihe von geeigneten, erprobten mediapädagogischen Materialien und Praxismodellen, die für verschiedene Zielgruppen entwickelt wurden, meist eine Kombination von (AV-) Medium plus schriftlichen Arbeitshilfen. Aber die Praktiker vor Ort nutzen sie nicht, hauptsächlich deswegen nicht, weil sie die Modelle gar nicht kennen und ihnen das Vorgehen nicht klar ist. Dahinter stecken oft noch andere Hinderungsgründe, wie z.B. Ängste, Aversionen, moralische Bedenken gegenüber Medien.

Lilo Schmalzriedt, Dipl.-Psych., Arbeitskreis kommunikation & medien, lebt in Frankfurt.