

Bilder, die die Welt bedeuten?

Die vielen Bilder auf Social Media stehen zum Erlebten in einem Spannungsverhältnis. Wie können wir zu gesicherten Informationen kommen.

*Hannes Stummer,
epicenter.works*

Die Realität hat viele Facetten. Viele davon sind aber bloß Inszenierungen von Realität. Diese machen wir uns stellenweise so zu eigen, dass die Inszenierung in eine tatsächliche Realität übergeht und so zum gesellschaftlichen Standard wird. Ein Beispiel für diesen Prozess sind Schönheitsideale, die sich über Jahrtausende hinweg stets langsam gewandelt haben.

Nun, seit es schnelle, elektronische Mittel für diese Art der Realitätserzeugung gibt, passiert das, was früher Jahre, Jahrzehnte oder Jahrhunderte gedauert hat, in Millisekunden, noch weiter angefeuert durch die schiere Menge an Bildern, die wir konsumieren. Ein durchschnittlicher Mensch im 15. Jahrhundert hat in seinem ganzen Leben maximal 50 Bilder gesehen. Ein durchschnittliches Video läuft heute mit 24 Bildern pro Sekunde. Schaut man Teenagern zu wie sie soziale Medien auf Mobilgeräten konsumieren, wird man schwindlig ob des Tempos, mit dem gewischt, geschaut, geliked und wieder vergessen wird. Was dabei aufwändig in Szene gesetzte Realität ist und was vielleicht nur ein einfacher, witziger Schnappschuss aus dem Leben, verschwimmt.

Krieg um Schönheit, Schönheit im Krieg

Wissenschaftler*innen haben herausgefunden, dass Menschen ihr Leben in sozialen Medien so idealisiert darstellen, dass sie oft ihrer eigenen Inszenierung gar nicht genügen können und dann in große Sinnkrisen geraten. Wir selbst werden durch die Nutzung von Social Media zu Kompliz*innen unseres eigenen Problems und fallen auf die vorgegaukelte Geborgenheit, Freude, Freundschaft und Gemütlichkeit hinein – alles Dinge, die wir wieder und wieder erleben wollen.

Doch plötzlich ist der Krieg in der Ukraine in unserer Timeline.

Freund*innen diskutieren darüber, wir sehen kommentierte Bilder, die sich teilweise als Nachrichten präsentieren und werden ungefragt überschüttet mit Informationen. Denn der Algorithmus will uns möglichst lange auf der Plattform halten und zeigt uns möglichst viele Inhalte, die uns auf einer tiefen Ebene berühren.

So erleben wir einen „Hochglanzkrieg“ in einem „neuzeitlichen Anzeigenblatt“. In der flauschigen Welt der sozialen Medien wird ein tödlicher Krieg bunt und hübsch. Das dargestellte Leid auf den Bildern wird so eingebettet, dass selbst der Tod eines jungen Menschen wirkt, als würde er sich bei seinen besten Freund*innen für die letzte Party bedanken. So war es unlängst – zum Beispiel – auf Twitter zu sehen: Ein junger Mann auf einem hübschen Bild mit Waffe in der Hand, als wäre er im Ferienlager. Die Bildunterschrift sagte in etwa, man werde ihn vermissen, den Helden, den getöteten Sanitäter. Selten war das Lebensende so einfach, so glorreich, so schön: Der Soldat, der lediglich als Sanitäter helfen wollte.

Andere Beispiele zeigen das gegenteilige Extrem und egal ob wahr oder nicht, die Bilder hinterlassen Spuren: Reste von Soldat*innen, die Massaker begangen haben sollen; „Böse, gegnerische“ Soldat*innen werden entmenschlicht. Mit einem Wisch wechselt Mitgefühl mit den Held*innen in Abscheu gegenüber den Täter*innen.

Wir können auch gar nicht anders, als den Bildern zu glauben, denn wir kennen ihren Kontext nicht. Bilder sagen mehr als tausend Worte und sprechen unsere Emotionen an. Aber was passiert mit der Wahrheit?

Fakten, Freund*innen und ein gutes Leben

Mittlerweile ist es wissenschaftlich gesichert, dass Donald Trump die Wahl

zum Präsidenten ohne Social Media wohl nicht gewonnen hätte. Ebenso ist es ziemlich wahrscheinlich, dass es den Brexit ohne massive Social-Media-Kampagnen auch nicht gegeben hätte. Auf der anderen Seite stehen die klassischen Medienhäuser unter Druck, weil gute Recherche viel Geld kostet, aber wenig Werbeeinnahmen in die Kassen spült. Die Betreiber sozialer Plattformen hingegen entziehen sich jeglicher Verantwortung, wenn ihre Medien als Katalysator für politischen Aufruhr fungieren. Halbwahrheiten oder falsche Informationen gehören dabei leider oft zur Tagesordnung.

Das Beispiel der Kriegsinszenierung zeigt jedoch, dass das Problem bei Social Media viel tiefer liegt, denn hier geht es nicht um journalistische Wahrheitsprüfung, sondern um die Art und Weise der Darstellung. Rein faktisch mag an der Meldung alles stimmen: Der junge Mann war Soldat und ist im Einsatz für die Ukraine gestorben. Aber klingt es nicht viel heroischer, wenn ein echter Held sich noch nach seinem Tod über Freunde bei seinen Truppen bedankt? Wird Krieg nicht genau durch dieses „Framing“ verharmlost, als wäre es Sport für eine an sich gute Sache?

Auf den klassischen sozialen Medien können wir uns diesen Geschichten nur schwer entziehen, denn sie sprechen unser tiefstes Bedürfnis nach Geborgenheit und Ganzheit an und das im Takt von Millisekunden. Dabei gibt es gute Alternativen abseits dieser Medienmaschine: Wir können uns Informationen aus validierten Kanälen holen. Wir können Bilder mit Freund*innen und Familie privat, in unseren eigenen Chatkanälen teilen. Dann müssen wir auch nicht abgestumpft durch alle Arten von automatisiert zusammengestellter Eitelkeit und Werbung wischen und entkommen diesem Sumpf an Inszenierung und uneinordenbaren Halbwahrheiten.