

Sigrun Lillegraven

Die Reise eines Bildes: eine Visuelle Kontextanalyse im Präsidentenwahlkampf von Hillary Clinton

In sozialen Netzwerken werden immer wieder private, politische oder auch journalistische Fotos aus ihren originären Zusammenhängen gerissen und für andere, oftmals politische Zwecke instrumentalisiert. Diese missbräuchliche Verwendung kann negative Konsequenzen für die abgebildeten Personen nach sich ziehen, wie beispielsweise die Verletzung von Persönlichkeitsrechten sowie Verunglimpfung und Imageschäden. Dieser Beitrag nimmt ein im Zuge von Hillary Clintons Präsidentenwahlkampf aufgenommenes und offiziell auf Flickr publiziertes Foto, welches ein Jahr später in Form eines provokativen Memes erneut im Internet auftauchte, zum Ausgangspunkt einer Beschäftigung mit Bedeutungsverschiebungen. Mit der Methode der ikonologischen Kontextanalyse nach Bock, Isermann und Knieper wird dafür die tatsächliche Reise des Bildes in den sozialen Medien untersucht. Der Beitrag widmet sich somit dem Ziel, anhand dieses aktuellen Fallbeispiels analytisch darzustellen, wie Bilder einerseits durch Kontextualisierung ihre inhärente Bedeutung erlangen und auf welche Weise sich diese andererseits aufgrund einer Kontextverschiebung letztendlich wandeln und instrumentalisieren lässt. Im Anschluss können so zentrale Aussagen über die jeweilige Wirkintention der unterschiedlichen KommunikatorInnen und daher über die Bedeutung einer politisch strategischen Kontextverschiebung getroffen werden. Angelehnt an das Thema dieses Sammelbandes und auf Grundlage der Forschungsergebnisse lassen sich abschließend wesentliche bildethische Problematiken bezüglich des integren Umgangs mit Bildmaterial ableiten. Gerade in Verbindung mit sozialen Medien ergeben sich somit relevante Fragen bezüglich der visuellen Kompetenz im Umgang mit Bildern im Internet sowie der kontroversen Bildverwendung und -zirkulation innerhalb von amateurhaften, daher nicht-professionellen Bildkontexten.

[The journey of a picture: an iconological context analysis in Hillary Clinton's presidential election campaign]

Within social networks, private, political or journalistic pictures are repeatedly taken out of their original contexts and misused for other, often political, purposes. Because of such abusive use, depicted persons can suffer infringements of personal rights, defamation or image damage. The chapter examines visual semantic shifts, using the photo of Sullivan Wood as case study. In 2015, during her presidential election campaign Hillary Clinton posed with a girl for a picture that, subsequently, was published on the Clinton campaign's official Flickr account. Almost a year later

the photo reappeared as a disrespectful meme on the internet. Using the method of iconological context analysis by Bock, Isermann and Knieper, the actual journey of this picture within social media is analyzed. By means of this example, this paper analytically demonstrates how images obtain their latent meaning through contextualization, and in which ways this meaning can be altered and instrumentalized. Thus, it is possible to make several key statements on the respective desired effects of the different communicators, and therefore on the impact of a politically strategic context shift. In keeping with the subject of this book, fundamental issues in terms of visual ethics and the appropriate use of images can be deduced from the findings of this research. Especially in the world of social media, the necessity of visual competence becomes apparent, in the sense of handling images ethically correct on the internet and about controversial image utilization and circulation within amateurish and thus non-professional visual contexts, becomes apparent.

Lillegraven, Sigrun: Die Reise eines Bildes: eine Visuelle Kontextanalyse im
Präsidentenwahlkampf von Hillary Clinton. In: Schwender, Clemens; Cornelia Brantner; Camilla
Graubner; Joachim von Gottberg (Hrsg.): zeigen | andeuten | verstecken. Bilder zwischen
Verantwortung und Provokation. Köln [Herbert von Halem] 2019, S. 61-78

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22
51063 Köln

Fon: +49 (0) 221 9258 29-0
Fax: +49 (0) 221 9258 29-29

info@halem-verlag.de

<https://www.halem-verlag.de>