

10. Die Repräsentationspraxis und *imagery* internationaler NGOs im Fokus

In den vorangehenden Kapiteln habe ich den Fokus kaum dezidiert auf die Repräsentationspraxis internationaler NGOs gelegt, wenngleich diese immer wieder Thema war. Durchaus vergleichbar zu meiner bis hierhin verfolgten Vorgehensweise werden in zahlreichen wissenschaftlichen Betrachtungen, die sich mit Repräsentationen ferner Wirklichkeiten auseinandersetzen, NGOs des Globalen Nordens zu Wissensproduzentinnen neben anderen, insbesondere ‚den‘ Massenmedien, stilisiert, ohne Eigenlogiken von NGO-Praxis gewissenhaft mit zu berücksichtigen (ähnliches beobachten Yanacopulos 2016: 73; Orgad/Seu 2014a: 22). Damit drohen jedoch nicht nur Charakteristika von NGOs als (spezifische) Organisationen aus dem Blick zu geraten. Noch darüber hinaus verschwinden NGOs oftmals geradezu hinter Analysen und Diskussionen von Kommunikationsereignissen, Bildern und Botschaften. So werden selbst dann, wenn die Betrachtung von Wir-/die Anderen-Beziehungen in Forschungsarbeiten zu medialisierten, fernen Wirklichkeiten eine wichtige Rolle spielt, NGOs und deren Mitarbeitende aus dieser Beziehung oftmals ‚getilgt‘ und somit zu gleichsam transparenten Medien bzw. Boten (Kessler 2012). Das ändert sich in aller Regel, wenn wissenschaftliche Forschung die *imagery debate* in den Fokus rückt, die sich dezidiert um die von internationalen NGOs eigens verantwortete medienöffentliche Kommunikation dreht (Benthall 1993; Smillie 1995; Dogra 2012; Yanacopulos 2016).

Ich gebe im Folgenden zuerst einen Überblick über die Vielfalt wissenschaftlicher Beschäftigung mit NGO-Repräsentationspraxis (Kap. 10.1), wobei deutlich wird, dass letztere keineswegs in der medienöffentlichen Kommunikation internationaler NGOs, geschweige denn in deren Bildpraxis aufgeht. Anschließend an diese Zusammenschau wende ich mich ein erstes Mal detailliert der *imagery debate* zu (Kap. 10.2). Ich führe insbesondere in das ein, was als wissenschaftlich formuliertes Standardnarrativ der Geschichte der *imagery debate* gelten kann, und gehe zudem auf Formen des Wandels in der Bildsprache von NGOs ein. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich der Großteil der Forschung, die bislang einen Überblick zur *imagery debate* gewährt, mit Entwicklungen und Diskussionen im Vereinigten Königreich auseinandersetzt (Lidchi 1999; Cohen 2001; Dogra 2012; Coulter 2015). Eine Aufarbeitung der *imagery debate* – sowohl deren

Geschichte als auch Gegenwart – für weitere Länder steht weitestgehend noch aus. Ich werde nachfolgend punktuell Beispiele aus dem deutschsprachigen Raum einbringen.²¹⁴

10.1 NGO-Repräsentationspraxis in der Forschungsliteratur: Zwischen Darstellung und Vertretung

„Many of the most recognizable organizations that intervene in humanitarian crises do so in large part by using language instead of food, medicine, or weapons; the most important act of rescue, for them, is not delivering supplies but asking questions, evaluating answers, and pleading with those of us who observe from a distance. Indeed, for people in need to rescue and care, the hope of being able to tell their story is sometimes the only hope. How do you make your case? Get someone to believe you? Get someone to speak *for* you?“ (Dawes 2007: 2; Hervorh. im Orig.)

Wenn internationale NGOs als „institutions of representations“ (Dogra 2012: 2) in den Fokus rücken, wird ihre Repräsentationspraxis mit Aufmerksamkeits-, Inklusions- und Partizipationsversprechungen in Verbindung gebracht. NGOs werden in der sozialwissenschaftlichen Forschungsliteratur – und keineswegs nur dort – als bewusstseinsbildende und mitunter politische Öffentlichkeiten generierende und mobilisierende Akteurinnen gehandelt. Sie gelten (und einige profilieren sich selbst) als jene, die eindringlich auf sogenannte vergessene Krisen hinweisen sowie auf benachteiligte, missachtete und exkludierte Stimmen, auf marginalisierte und entrechtete Bevölkerungsgruppen und deren Belange. Die Repräsentationspraxis international agierender NGOs des Globalen Nordens umfasst

214 Ich leiste in diesem Buch keine Aufarbeitung oder Rekonstruktion einer bestimmten *imagery debate*. Künftige Forschung kann nicht nur für einzelne Nationalgesellschaften, sondern beispielsweise auch für viele der traditionsreichen NGOs je eigene Narrative einer *imagery debate* nachzeichnen. Mit Blick auf die deutschsprachige Hilfscommunity und NGO-Landschaft lässt sich jedenfalls ein großer Forschungsbedarf ausmachen. Einen wichtigen Anfang hat die Historikerin Lingelbach (2007, 2009, 2011) für die ersten Nachkriegsjahrzehnte in Westdeutschland gemacht. Zu nennen ist zudem die Arbeit von Baringhorst (1999), die deutsche Debatten der 1990er Jahre berücksichtigt. Zur Kampagnenpraxis (nicht nur deutschsprachiger) Schweizer NGOs hat Knubel (2011) eine lesenswerte, leider nicht veröffentlichte Masterarbeit beigesteuert.

dann sowohl Aspekte der Darstellung als auch der Vertretung. Wie Martin Shaw (1998: 236–237) mit Blick auf die Repräsentation globaler Krisen und speziell ferner Kriege konstatiert:

„Einerseits müssen ferne Kriege und die Situation derjenigen, die in ihnen kämpfen und leiden, als wichtig wahrgenommen und *dargestellt* werden. Dazu sind Bilder und Informationen notwendig, die den anderen Mitgliedern der globalen Gesellschaft präsentiert werden können. Andererseits ist es wichtig, daß diejenigen, die kämpfen und leiden, eine eigene politische Stimme haben [...]. Ihre Sache muß im globalen Maßstab *vertreten* werden“ (Hervorh. im Orig.).

Sowohl eine darstellende als auch eine vertretende Form von Repräsentation, so Shaw (1998: 237) weiter, erfolgt in der Regel indirekt, sprich durch individuelle oder kollektive Dritte. Internationale NGOs können als solche Dritte gelten, wobei mit Blick auf die multidisziplinäre Forschung, in der NGOs und Repräsentation Thema sind, auffällt, dass der Schwerpunkt meist wahlweise auf die eine (darstellende) oder andere (vertretende) Facette von Repräsentation gelegt wird.

Im Rahmen des noch nicht konsensual benannten, interdisziplinären, dennoch stark medienwissenschaftlich geprägten Forschungsfeldes der *studies on distant suffering* (Chouliaraki 2015: 712) gerät humanitäre Repräsentationspraxis beispielsweise vorrangig als Darstellung in den Blick, wobei nicht zuletzt die Frage interessiert, welche Reaktionen medienöffentliche Repräsentationen ferner Leiden zu evozieren helfen. Mithin ist auch die Rede von „an emerging area of research that focuses on the mediation of human vulnerability as a cause for action in contexts of need and risk“ (Chouliaraki 2015: 709) oder von „the interdisciplinary field of mediated suffering“ (Joye/Engelhardt 2015: 604). Repräsentationspraxis wird in derlei Forschung kaum auf ein medientechnologisch ermöglichtes Nahebringen von Informationen und Bildern ferner Schicksale beschränkt, sondern als Mittel zur Überbrückung sozialer und emotionaler Distanzen und der Mobilisierung angesehen (Chouliaraki 2013; Musarò 2011; Kennedy 2009). Internationale NGOs und Hilfsorganisationen werden in einem solchen Zusammenhang oftmals als Wegbereiterinnen einer translokalen oder kosmopolitischen Solidarität gehandelt: „[I]nternational humanitarian agencies in particular are seen to exemplify, embody and promote cosmopolitan relations of shared humanity and moral obligation, such that subjects increasingly come to see the plight of distant others as their proper concern“ (Nolan/Mikami 2012: 55). Selbst dann, wenn Funktionen und Potentiale der Arbeit von NGOs nüchterner eingeschätzt werden, werden

sie als eine Art verlängerter Arm wertgeschätzt (Orgad/Seu 2014 a: 10–11), da sie es (westlichen) Medienpublika ermöglichen, auf ferne Notlagen und Leiden etwa via Spenden oder Protest reagieren zu können, anstatt nur ohnmächtig zuzusehen (Boltanski 1999; Chouliaraki 2006).

Demgegenüber machen vor allem Repräsentationskritiken aus den Reihen der Gender und Postcolonial Studies darauf aufmerksam, dass gängige NGO-Praxen der Repräsentation und die konkret gewählten Formen des Sichtbarmachens ferner Wirklichkeiten auch hochgradig problematische Züge aufweisen können (Dogra 2011, 2012, 2015; Johnson 2011; Rideout 2011; Wilson 2011; Della/Kiesel 2014). Hierbei geraten wiederum insbesondere medienöffentliche Kulturprodukte (Texte, Bilder, Plakate, Filme usw.) in den Blick – dieses Mal als stereotypisierende Darstellungen von Differenz und Andersheit, die ein spezifisches, nicht selten rassistisches Wissen macht- und gewaltvoll in die Welt setzen. Kritisch verwiesen wird auf Formen epistemischer Gewalt (Brunner 2015) wie auch auf Prozesse der Re-Aktualisierung von sich vor allem im ‚Westen‘ etablierenden kolonial-imperialistischen Beobachtungsmodi ‚des Rests‘ (Hall 2004 a; Bhabha 2000). An diesen Punkten knüpft auch mancherlei Forschung aus den Reihen der kritischen Geographie an, die sich der öffentlichen Kommunikation und vor allem Bildsprache internationaler NGOs widmet (Strüver 2007, 2011; Linnemann/Reuber 2015). Daneben machen manche Politikwissenschaftler_innen der Teildisziplin Internationale Beziehungen visuelle Repräsentationen von Katastrophen(-hilfe) im Rahmen massenmedialer Berichterstattung und von NGO-Praxis zum empirischen Gegenstand ihrer Forschung, deren Schwerpunkt auf der Bedeutung von Emotionen in internationaler Politik liegt (Bleiker/Hutchinson/Campbell 2014; Käpylä/Kennedy 2014; Hutchinson 2014; Kennedy/Patrick 2014). Einige der genannten Forschenden weisen dabei nachdrücklich auf die Ambivalenz humanitärer Repräsentationspraxis hin – auf ethische und repräsentationspolitische Bedenken ebenso wie auf humanitäre Mobilisierungspotentiale. Nicht zuletzt setzen sich Forscher_innen der Development Studies mit der Repräsentationspraxis internationaler NGOs auseinander (Smith/Yanacopulos 2004; Baillie Smith 2013; Scott 2014; Yanacopulos 2016), wobei sie sowohl medienwissenschaftliche als auch postkoloniale Forschung berücksichtigen. Ihr besonderes Interesse gilt dabei den ‚öffentlichen Gesichtern‘ von Entwicklungszusammenarbeit bzw. *development* sowie den sich über beispielsweise NGO-Praxen aufspannenden und ermöglichten Wir-/die Anderen-Beziehungen (verstanden als Nord-Süd-Beziehungen):

„[R]esearch into the public faces of development is more than just a study of representations or stereotypes – whilst representation and stereotypes are one element of the public faces of development, it is their connection to the types of relationships forged between individuals and communities in the north, and poor individuals and communities in the south, and the ways these relationships are mediated and produced by diverse organizations, interests and contexts, that form the focus“ (Smith/Yanacopulos 2004: 658).

Shani Orgad und Irene Bruna Seu (2014 a) haben für das sich in den letzten Jahren abzeichnende Forschungsfeld einer Beschäftigung mit medialen Repräsentationen ferner Notlagen den einenden Gegenstand eines *medialisierten Humanitarismus* ins Gespräch gebracht. Sie sprechen sich hierbei zum einen für dessen stärker empirische statt normativ orientierte Erforschung aus (Orgad/Seu 2014 a: 22).²¹⁵ Zum anderen betonen die Forscherinnen, dass es die Eigenheiten von NGOs einerseits und Massenmedien andererseits gewissenhafter zu berücksichtigen und auseinanderzuhalten gelte (mit Blick auf Produktion, Text, Publikum). Klarer zu unterscheiden wäre aus meiner Sicht damit auch massenmediale Kommunikation *über* internationale NGOs und Hilfsorganisationen in klassischen journalistischen Formaten und Neuen Medien auf der einen Seite und öffentliche Kommunikation *von* Hilfs- und Nichtregierungsorganisationen auf der anderen Seite, die über eigens entwickelte oder mitverantwortete Medienformate erfolgt. Zwar gibt es fraglos wichtige Überschneidungen zwischen medialen Repräsentationspraxen über und von NGOs, sind doch sowohl Formen wechselseitiger Abhängigkeit als auch der Arbeitsteilung zwischen ‚den‘ Massenmedien und Hilfsorganisationen zu beobachten (Cottle/Nolan, 2007; Moke/Rüther 2013; Vestergaard 2014; von Naso 2018).²¹⁶

215 Etwa Kosmopolitismus stehen Orgad und Seu (2014 a) als von Forscher_innen-Seite vorausgesetztem normativen Maßstab kritisch gegenüber. Sie heben hervor: „The empirical reality of mediated accounts and images of distant suffering, the ways in which it is envisaged by media and NGO producers, and the experiences and processes of the reception of such accounts, demonstrate a much greater diversity of ethical positions, dispositions, and responses“ (Orgad/Seu 2014 a: 15).

216 Aktuell wird die zunehmende Bedeutung „eigene[r] Informationskanäle und Kommunikationsstrategien“ (Moke/Rüther 2013: 177) beobachtet. Nicht zuletzt mit der Notwendigkeit im Zusammenhang stehend, online präsent zu sein und die eigenen Homepages, YouTube-Kanäle usw. mit Inhalt zu bespielen, wird festgestellt, dass NGO-Mitarbeitende immer öfter selbst journalistischen Aufgaben nachkommen. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass einige größere

Nichtsdestotrotz unterscheiden sich etwa Publikums-Adressierungen in journalistischer Praxis von jenen in beispielsweise Spendenwerbung, Bildungsarbeit, Petitionen und anderen „Mach mit!“-Aktionen. Und auch bei ihren Veröffentlichungen, die sich stärker an journalistischen Formaten orientieren, setzen NGOs oft eigene Schwerpunkte und Akzente. So wird häufig betont, dass NGO-Kommunikation eine Art Korrektivfunktion gegenüber den klassischen Nachrichtenmedien einnimmt, wenn sie etwa Notlagen, Katastrophen oder Menschenrechtverletzungen Aufmerksamkeit verschafft, die andernfalls aufgrund der inneren Logik des News-Betriebs aus dem Rahmen des Berichtenswerten fallen (Dencik/Allan 2017). ‚Vergessen‘ wird eine Krise im Sinne der Nachrichtenlogik etwa dann, wenn sie zu lange andauert. Wenig Beachtung finden nach geläufiger Meinung zudem jene Ereignisse, bei denen keine „100 %‘ victims“ (Cohen 2001: 176) oder eindeutige Täter-Opfer-Unterscheidungen auszumachen sind, und/oder solche, die keinen Bezug zur adressierten Heimatnation aufzuweisen scheinen, da die außenpolitischen Interessen nicht tangiert werden, eine Krise nicht in einem beliebten Urlaubsland stattfindet usw.²¹⁷

Internationale NGOs treten nunmehr nicht nur im Rahmen ihrer mediennöchtlichen Kommunikation, in der sie vorrangig *über* Andere sprechen bzw. diese visuell darstellen, als Mittlerinnen bzw. Intermediäre zwischen die von ihnen adressierten Publika des Globalen Nordens und ihre ‚Klientel‘ in Ländern des Globalen Südens. Sie tun dies auch bzw. zugleich im Zuge jener Praxis, im Rahmen derer sie Vertretungsansprüche anmelden, also vorgeben, *für* Andere – wie konkret oder abstrakt auch immer gefasst – zu sprechen.²¹⁸ Eine Praxis des Für-Sprechens erscheint in bestimmten

NGOs bereits seit vielen Jahrzehnten eigene Publikationen wie zum Beispiel Zeitschriften und Magazine für Spender_innen vertreiben – und natürlich Plakate, Informationsbroschüren sowie Anzeigen, die in unterschiedlichen Medien geschaltet werden.

217 Zu einer Einschätzung, wie sich die Medienlogik auf humanitäre NGOs auswirkt: Cottle/Nolan (2007). Überlegungen zu Nachrichtenwerten, Agenda-Setting und dem sogenannten CNN-Effekt im Rahmen von Katastrophenberichterstattung und der Arbeit von NGOs in humanitärer Nothilfe finden sich bei Moke/Rüther (2013).

218 Calain (2013: 283) unterscheidet für humanitäre Praxis instruktiv fünf Kontexte der, wie ich sagen würde, Repräsentation, die rahmen, wo und wie nicht zuletzt Bilder leidender Körper zum Einsatz kommen: *giving voice, speaking out, advocacy, legitimacy* und *resource mobilisation*. Von links nach rechts gelesen werden

Fällen bereits deshalb geboten, weil immer wieder Menschen in prekären und herausfordernden Lebenslagen den Wunsch formulieren, dass ‚die Welt‘ sehen und wissen soll, was ihnen widerfährt (Dawes 2007: 2; vgl. das Zitat zu Beginn dieses Kap.). In diesem Sinne lassen sich bereits Formen humanitärer Zeugenschaft *auch* als Vertretungspraxen fassen, die auf der Idee beruhen, dass international agierende Dritte – darunter NGOs und deren Mitarbeitenden – als ‚Sprachrohre‘ und Multiplikator_innen partikularer und lokaler Belange, Ansprüche und Kämpfe fungieren. Darüber hinaus kommt es immer wieder zu vergleichsweise dauerhaften Vernetzungen oder Bündnissen zwischen lokal und international agierenden Gruppen und Organisationen, wobei sich das Nicht-/Vorhandensein internationaler bzw. auswärtiger Unterstützung als durchaus existenzielle Frage darstellen kann. Clifford Bob (2005: 4) führt hierzu aus:

„For many challengers, outside aid is literally a matter of life or death. NGOs can raise awareness about little-known conflicts, mobilize resources for beleaguered movements, and pressure repressive governments. External involvement can deter state violence and force policy change. It can bestow legitimacy on challengers who might otherwise have meager recognition. And it can strengthen challengers, not only materially, through infusions of money, equipment, and knowledge, but also psychologically, by demonstrating that a movement is not alone, that the world cares, and that an arduous conflict may not be fruitless“.

Zu berücksichtigen bleibt, dass die Delegation oder Ermächtigung zur Fürsprache häufig auch ohne expliziten, individuell oder verfahrenstechnisch gesicherten Auftrag von den repräsentierenden NGOs als gegeben vorausgesetzt und behauptet wird. Unterstellt wird dann, dass den repräsentierten Personen entweder die intellektuellen oder physischen Kapazitäten fehlen, sich selbst zu repräsentieren, oder, dass sie als Exkludierte, Ent-

die dargestellten bzw. abgelichteten Personen immer mehr zu ‚Instrumenten‘ (gemacht). Das heißt, deren Stimmen werden immer weniger hörbar bzw. zunehmend in die Narrative und Agenden der NGOs eingepasst, so dass es auch immer weniger der konkrete oder gar individuelle Fall ist, für den sich eingesetzt wird bzw. der in NGO-Repräsentationspraxis zum Ausdruck kommt. Das wird deutlich, berücksichtigt man, dass insbesondere bei den zuletzt genannten Kontexten Fotografien leidender Menschen oftmals orts-, zeit- und eben auch krisen- und kampagnenunabhängig genutzt werden. Calains (2013: 283) schlägt die Typologie ausgehend von der für Ärzte ohne Grenzen typischen, viel diskutierten *témoignage* Praxis vor.

rechtete und Marginalisierte (noch) nicht in der Lage sind, sich und den eigenen Interessen Gehör zu verschaffen (Holzscheiter 2016: 210, 215).²¹⁹

Seit Einsetzen einer kritischeren Forschung zu NGOs stehen Aspekte der Glaubwürdigkeit, Legitimität, Verantwortlichkeit sowie Repräsentativität weit oben auf der Liste der vor allem in politikwissenschaftlicher NGO-Forschung aufgeworfenen Fragen (Reimann 2005; Steffek/Hahn 2010; Collingwood/Logister 2005; Gourevitch/Lake/Gross Stein 2012): Ist die (Advocacy-)Praxis von NGOs insofern legitimiert, als diese tatsächlich die Interessen der von ihnen Repräsentierten vertreten (Eckert/Beckert 2004: 131–132)? Sind NGOs hinsichtlich ihrer Repräsentationspraxis, deren Gestaltung und Outcomes gegenüber den Repräsentierten rechen-schaftspflichtig (Stichwort: *accountability*) oder wird stärker auf die Wertmaßstäbe und Erwartungen der Unterstützenden und Kritiker_innen im Globalen Norden Rücksicht genommen (Collingwood/Logister 2005: 185)?

Steht die Legitimität der Vertretungsansprüche von internationalen NGOs infrage, die sie erheben, wenn sie advokatorisch für marginalisierte und entrechtete Andere sprechen, wird in politikwissenschaftlicher NGO-Forschung immer wieder die konstruktivistische Facette von Repräsentation (als Darstellung) übergangen, die wiederum in vielerlei stärker kultur-analytisch ansetzender Forschung tonangebend ist.²²⁰ Letztere erweist sich

219 Holzscheiter (2016: 210) beobachtet Formen eines „auto-empowerment“ (Hervorh. im Orig.), das heißt eine Selbstermächtigung der Repräsentierenden in Fällen, in denen eine Bevollmächtigung nicht erteilt werden kann. Zudem benennt sie Formen von „interim empowerment“ (Holzscheiter 2016: 210; Hervorh. im Orig.), das heißt, NGOs sehen sich solange als ermächtigt an, Andere zu repräsentieren, bis sich diese selbst repräsentieren können.

220 Die Repräsentationspraxis von NGOs wird in der Politikwissenschaft oftmals an einem nationalstaatlich geschulten demokratischen Ideal gemessen. In der Folge werden vor allem Fragen der Repräsentativität und Teilhabe aufgeworfen (zur Diskussion Steffek/Hahn 2010). Problematisiert wird etwa, dass internationale NGOs nicht gewählt werden, oder es wird gefragt, inwiefern sie als Repräsentantinnen einer globalen Zivilgesellschaft oder ‚der Leute‘ gelten können: „INGOs are frequently accused of making claims that cannot be verified in any democratic way, on behalf of constituencies that do not really exist. How can INGOs claim to act as spokespeople for global civil society, when the boundaries and constitution of such a community are virtually impossible to define?“ (Collingwood/Logister 2005: 179; Reimann 2005: 43). Zu berücksichtigen ist, dass NGOs natürlich nicht nur dergestalt abstrakte Personengruppen zu repräsentierten beanspruchen. Eine Politische Theorie der Repräsentation

ihrerseits mal mehr, mal weniger sensibel für Fragen politischer Vertretung. Vor diesem Hintergrund baut die Politikwissenschaftlerin Anna Holzscheiter mit ihrer Forschung zu Repräsentation eine wichtige Brücke (Holzscheiter 2016; Hahn/Holzscheiter 2013; Holzscheiter/Krause 2013). Sie betont die Facette der mächtigen Performanz von Repräsentation und damit einhergehender Repräsentationsansprüche und legitimierender Identitätskonstruktionen: „[A]ddressing the power-dimensions of representation as performative practice exhibits how the boundaries are drawn between legitimate and illegitimate constituencies, between citizens who are capable of conferring representative authority and non-citizens who are not“ (Holzscheiter 2016: 210). Die Legitimation von NGOs als Vertreterinnen wird demnach *praktisch* hergestellt, nicht zuletzt in Repräsentationspraxis, die für sich in Anspruch nimmt, für Andere zu sprechen – und dabei diese Anderen erst hervorbringt. Zu ergänzen ist, dass sich NGOs unabhängig davon, ob sie politische Vertretungsfunktionen im engen Sinne erfüllen oder nicht, zu den Menschen ‚vor Ort‘ spezifisch in Beziehung setzen: sei es als Fürsprecherinnen und Advokatinnen oder auch als Partnerinnen ‚auf Augenhöhe‘, als empowernde Instanzen, Prozessbegleiterinnen usw. Entsprechende Selbstrepräsentationen von NGOs stehen damit im Zusammenhang, wie ‚Betroffene‘, ‚Hilfsempfänger_innen‘, ‚Partner_innen‘ usw. repräsentiert werden – und *vice versa*: Die eine Repräsentation bringt die andere mit hervor (Heins 2008: 23–24). Grundsätzlich ist zu beachten, dass *in praxi* – und das heißt auch, aber eben nicht nur rhetorisch – sehr unterschiedliche Konstellationen und Formen des Zusammenwirkens, verschiedene Sozialbeziehungen und Abhängigkeitsverhältnisse vorliegen bzw. re-produziert werden.

Die Repräsentationspraxis internationaler NGOs und Hilfsorganisationen besitzt sowohl darstellende als auch vertretende Facetten, wobei es einmal mehr eine empirische Frage ist, wie diese miteinander verschränkt und zueinander gewichtet werden. Bei den in diesem Buch betrachteten Problematisierungen der Repräsentation ferner Wirklichkeiten im Kontext von NGO-Praxis stehen unfraglich Aspekte der Hervorbringung und wirkmächtigen Behauptung von ‚Bildern‘ im Vordergrund. Gleichzeitig werden noch im Zuge jener Debatten, die sich auf den ersten Blick ausschließlich um die Darstellungskomponente von Repräsentation zu drehen scheinen, immer wieder repräsentationspolitische Fragen aufgegriffen und auf-

(allgemein, nicht mit Bezug auf NGOs), die noch das Symbolische und Imaginäre als konstitutiv für demokratische Repräsentation denkt, hat Diehl (2015) ausbuchstabiert.

geworfen – und damit Fragen nach einer politischer Vertretung, die keineswegs einzig in politischen Entscheidungszentren im engeren Sinne (wie etwa Parlamenten) zu lokalisieren ist.

Vor diesem Hintergrund möchte ich abschließend nochmals dezidiert auf die Vielfalt und den Facettenreichtum von NGO-Repräsentationspraxis hinweisen. Diese ist bereits hinsichtlich ihrer Zielsetzungen (Spendenakquise, Advocacy, Lobbying, Bewusstseinsbildung usw.) und konkreten Inhalte und Themen überaus vielfältig. Auch kommt eine große Palette an Medien (Plakate, Broschüren, Homepages, eigene Zeitschriften, Twitter usw.) und wählbaren Mittelungsformen zum Einsatz: Das Feld erstreckt sich von mündlichen und schriftlichen Erzählungen und Berichten (*human interest stories*, Menschenrechtsberichte usw.), über Statistiken und Graphiken bis zu Fotografien und Comics. Die Repräsentationspraxis internationaler NGOs umfasst meinem Verständnis nach zudem mehr als deren Output in den ‚Heimatländern‘ des Globalen Nordens oder auf dem internationalen politischen Parkett. Sie schließt darüber hinaus etwa all jene für eine breite Öffentlichkeit in der Regel unsichtbar oder im Ungefähren bleibenden Praxen mit ein, welche die verschiedenen Botschaften und Bilder erst ermöglichen (oder verunmöglichen). Angesprochen sind damit beispielsweise Prozesse der Produktion und Verbreitung, die NGO-Kommunikation vorbereiten oder umsetzen. So umfasst beispielsweise die Bildpraxis von NGOs neben publizierten Fotografien, Plakaten usw. auch die Zusammenarbeit von NGOs mit Fotograf_innen und Fotografierten. Zu berücksichtigen sind zudem Organisationsentscheidungen – zum Beispiel für oder gegen ein bestimmtes Bildmotiv oder eine Selbstverpflichtung auf ethische Grundsätze der zu benutzenden Bildsprache. Auch ist es eine offene Frage, wer alles dazu eingeladen wird, mitzudiskutieren oder gar mitzuentscheiden, was (wie) gezeigt wird und was nicht.

Die Wahl, mit beispielsweise drastischen Bildern zu arbeiten, gerät somit als eine Entscheidung in den Blick, für die eine NGO ein- und eventuell auch geradezustehen hat. Letzteres ist zunehmend der Fall, seitdem sich im Zuge der *imagery debate* eine reflexive und kritische Haltung gegenüber bestimmten Formen und Inhalten der Repräsentation ferner Wirklichkeiten und speziell gegenüber einer NGO *imagery* auch innerhalb der Hilfscommunity ausgebildet hat.

10.2 Die *imagery debate*: Motive des Wandels der NGO *imagery*

Das deutsche Hilfswerk Brot für die Welt (2008) entfaltet in seinem 50-Jahre Rückblick das Narrativ eines Lernprozesses in seiner Repräsentation ‚ferner Anderer‘. Geschildert wird der Fall einer nach interner Kritik zurückgezogenen Sonderbriefmarke von 1962, die ein stilisiertes abgemagertes – mutmaßlich afrikanisches – Kind zeigt. In einer Erklärung aus demselben Jahr heißt es: „Der Ton bei ‚Brot für die Welt‘ liegt nicht mehr, wie zu Beginn der Aktion, auf dem Appell an die christliche Liebe für die Hungernden in der Welt, sondern auf Partnerschaft, auf Hilfe zur Selbsthilfe“ (zitiert in Brot für die Welt 2008: 166). Gedeutet wird dies in dem Jubiläums-Rückblick nicht nur als „ein Umdenken in der Darstellung des Elends. Vielmehr wurde ein radikaler Kurswechsel im Verständnis von den Menschen eingeleitet. Diese wurden in den ‚Brot für die Welt‘-Broschüren der Anfangszeit noch als ‚die da draußen‘ oder als die ‚schwarzen Eingeborenen‘ bezeichnet“ (Brot für die Welt 2008: 166).

Zunehmend seit den 1970er Jahren gerieten ‚negative‘ Bilder und allgemeiner die Bilderwelten und Weltenbilder der Repräsentationspraxis von NGOs in den kritischen Fokus – nicht zuletzt in internen Debatten der erstarkenden Hilfscommunity. Vormalig gängige Darstellungsweisen galten einigen Mitarbeitenden von NGOs als unvereinbar mit der seit den 1960ern aufkommenden Emphase einer Solidarität mit der ‚Dritten Welt‘ (Dogra 2012: 6). Mit der Zeit gewann zudem die Vorstellung an Bedeutung, dass in öffentlicher NGO-Kommunikation Bildungsziele Vorrang vor Erfordernissen der Spendengenerierung haben sollen. Wichtiger wurden in der Folge ein sorgfältiger Umgang mit Bildern und Botschaften sowie *development education* (Smillie 1995), sprich entwicklungsbezogene Bildungsarbeit, die ihrerseits als „a practical application of ideals of solidarity with the poor“ (Lidchi 1999: 88) verstanden wurde (und häufig noch wird). Hervorgehoben wurde entsprechend, dass im Vordergrund zu stehen habe „[to] educate rather than incite pity“ (Oxfam 1973, zitiert in Jones 2014: 199). Und sogar: „[T]he starving child has really been flogged to death, and we now make the assumption that the energy we used to give to advertising for funds must be spent on education of the public here“ (War on Want ca. 1973, zitiert in Jones 2014: 199).

Im Zuge von Prozessen politischer Dekolonialisierung und der mit ihnen entfachten (Selbst-)Verständigungsprozesse begannen also westliche Protagonist_innen humanitärer und Entwicklungshilfe (später: Entwicklungszusammenarbeit) ihre Beziehungen zu Menschen und Ländern der damals so genannten Dritten Welt zu überdenken (Rottenburg 2002: 2–3).

Die *imagery debate* der 1960er und vor allem 1970er Jahre fand zugleich vor dem Hintergrund einer von manchen NGOs vollzogenen Umorientierung hin zu einer langfristig ausgerichteten, auf strukturelle Veränderungen abzielenden Entwicklungspraxis statt (Smith/Yanacopoulos 2004: 659).²²¹ Stanley Cohen (2001: 179) konstatiert mit Blick auf die sich zuspitzende *imagery debate* der 1980er Jahre: „[n]ew concepts, but a familiar debate“, bevor er die ‚Fronten‘ umreißt, die sich zur damaligen Zeit innerhalb einzelner NGOs wie auch der NGO-Community als ganzer aufgetan haben (und die sich mitunter noch heute, in modifizierter Form, auf tun):

„On the one side: *charity* and *relief* – hands-out and first aid that encourage dependency and exonerate donors from causal responsibility; attitudes that remain racist, colonialist and Eurocentric; *simplicity* – images of rescuing that ignore the complex causes of Third World poverty; *negative imagery* – decontextualized misery, permanent victims, endless suffering, helplessness, images designed to evoke tear-jerking compassion. On the other side: social *justice* and *complexity* – structural causes, commodity prices, civil wars, Third World debt, the World Bank, IMF stabilization, geopolitics, global power shifts, integrated development, debt adjustment programmes, sustainable health care, world nutritional patterns; *empowerment* and *positive imagery* – community, participation, self-sufficiency, productivity, rights, dialogue, consultations with project partners“ (Hervorh. im Orig.).

Zu einer enormen Verdichtung der Kritik an einer NGO *imagery* führten die Erfahrungen mit der Hungersnot in Äthiopien in den Jahren 1984/85 (Lidchi 1999; Dogra 2012), die mit Band Aid und Live Aid über Großbritannien hinaus – so zynisch es klingen mag – zum Medien- und Spenden-

221 Zurückblickend räumt eine in einer NGO mitarbeitende Person beispielsweise Folgendes ein: „When we (or rather, our predecessor organisations) started, we tended to use images that would appeal to the donors, more or less without regard for the people who were being photographed. But, gradually, we have gone over to a policy that is more acceptable from a development point of view, one which considers the rights of those being photographed (especially children) and which doesn't any longer treat them as victims. But it's been a struggle, as there is always a tension between the kind of image that brings in the money and one that doesn't demean the subjects of the photo. I could write on this at length“ (zitiert in Clark 2003: o. S.). D. J. Clark hat 2003 NGO-Mitarbeitende (UK) gefragt, wie sich deren Bildsprache und -nutzung in den letzten zehn Jahren verändert hat. Die zitierte Passage ist eine Antwort, die Clark auf der zugehörigen Projekthomepage veröffentlicht hat.

event avancierte (Möckel 2015; Müller/Rauh 2014).²²² Festgestellt wurde damals, dass zwar große Mengen an Spenden akquiriert und die öffentliche Aufmerksamkeit auf Afrika gelenkt werden konnten: Aber um welchen Preis? Auch in der Bundesrepublik Deutschland wurde im Nachklapp von Live Aid und sich anschließenden Projekten ein Umdenken gefordert: „There remains the great need for us to stop the marketing of human suffering on a gigantic scale“ (Welthungerhilfe 1986: 3). Die zitierte Aussage stammt aus dem westdeutschen Beitrag zu dem von der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen initiierten Images of Africa-Forschungsprojekt²²³, der von der Deutschen Welthungerhilfe beigesteuert wurde. Sich schwerpunktmäßig mit dem am 2. Januar 1985 in der Bundesrepublik veranstalteten „Tag für Afrika“²²⁴ auseinandersetzend, wird in diesem Bericht auf die Verantwortung von NGOs hingewiesen, der Öffentlichkeit ein korrektes Bild von Afrika nahezubringen – durch Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit:

„We as the NGOs have the duty and it is our big responsibility to give a correct image of Africa and the Africans. This is not easy at all, and

222 Wie stark Live Aid im UK mit der *imagery debate* verknüpft ist, spiegelt sich etwa darin, dass eine viele Jahre später veröffentlichte, viel beachtete Studie des Voluntary Service Overseas den Namen „Live Aid Legacy: The Developing World through British Eyes“ (VSO 2002) trägt.

223 Das Projekt ist meines Wissens nach leider noch nicht näher erforscht. Im Zuge dessen wurde in den Jahren 1986 und 1987 Forschung in insgesamt sieben europäischen Ländern (das Vereinigte Königreich, Irland, Frankreich, Dänemark, Italien, Belgien und Deutschland) und sechs afrikanischen Ländern (Mosambik, Burkina Faso, Äthiopien, Simbabwe, Senegal und Niger) durchgeführt. Eine erste wichtige Dokumentation hat im Rahmen des Imagine Famine-Projektes 2005 (UK) stattgefunden, auf dessen Homepage (www.imaging-famine.org) sich unter anderem einige Originalberichte der teilnehmenden Projektpartner_innen finden lassen.

224 An diesem Tag arbeiteten mehrere Rundfunkanstalten zusammen und in der gesamten Bundesrepublik wurden lokale Projekte initiiert – alles mit dem Ziel, einen Tag lang die Aufmerksamkeit der Westdeutschen auf Afrika und seine Notlagen zu lenken sowie Spenden zu generieren. Festgestellt wird in dem zitierten Bericht, dass noch nie zuvor so intensiv zu einer so lukrativen Sendezeit Informationen über Afrika verbreitet wurden. Und auch wenn nicht viel Zeit zur Vorbereitung für Werbematerialeinbestanden habe, sei die Partizipation der Bevölkerung überwältigend gewesen. Eine Öffentlichkeitsumfrage des Wirtschaftsministeriums habe gezeigt, dass nur 21 % der Befragten gar nichts von dem Projekt mitbekommen hatten, vier von fünf waren sich im Klaren, dass es den Tag für Afrika gab, 35 % haben davon am Tag selbst Notiz genommen und 25 % haben im Rahmen dessen gespendet (Welthungerhilfe 1986: 5).

often we have to find the right balance between entertainment and information to raise the publics awareness. [...] The old prejudices are still alive that Africans are apathetic and do not care for the future. So there still remains a lot of public relations work for us. We must start as early as possible, beginning even with children in Kindergarten“ (Welthungerhilfe 1986: 4-5).

Wie mit Henrietta Lidchi (1999: 91) festgehalten werden kann, ging es in den sich an Live Aid und andere Events anschließenden Kontroversen in zweierlei Hinsicht um das Image (in) der Repräsentationspraxis internationaler NGOs und Hilfsorganisationen:

„[T]he events surrounding the Ethiopian famine of 1984–5 had profound effects. It forced NNGOs [Northern NGOs; MZ] to consider their image in the singular – how NGOs looked and were identified – but most particularly images in the plural: how they had represented their ‚partners‘ in development. Questions of representation moved to the fore – no longer a question of gilding the lily – now a principal concern“.

In der *imagery debate* stehen, verallgemeinernd betrachtet, das öffentliche Bild bzw. Image einzelner NGOs und das der Hilfsbranche ebenso zur Disposition wie die Bilder lokaler Partner_innen – deren Ablichtung auf einem konkreten dokumentarischen Foto ebenso wie deren Repräsentation in übergreifenden Narrativen und Repräsentationsregimen. Daneben werden auch repräsentationspolitische Fragen im Rahmen der *imagery debate* aufgeworfen. Wie Cohen (2001: 178) beobachtet: „The point of the critique was to give voice to the represented“. Und noch hinter mancherlei Kritik an sogenannten negativen Bildern verbirgt sich das folgende machtkritische Argument: „[N]egative images were the product of a power imbalance between those *representing* – the NNGOs, the North – and those being *represented* – the poor, the South“ (Lidchi 1999: 88; Hervorh. im Orig.).

Wie schon mehrfach angeklungen, fokussieren vielerlei vergangene wie gegenwärtige Problematisierungen der NGO *imagery* das ‚Hungerkind‘-Motiv. Das ‚Hungerkind‘ ist mit den Jahrzehnten geradezu zum Sinnbild der Kritik an NGO-Repräsentationspraxis avanciert (hierzu auch Zöhrer 2015 a). Dabei ist zu berücksichtigen, dass Kritiker_innen das ‚Hungerkind‘ nicht in jedem Fall buchstäblich fassen. Stattdessen fungiert es oftmals als Überbegriff für fragwürdige foto- und filmdokumentarische Bilder: „The starving child image [...] includes variations on the theme such as despairing fathers, grieving mothers and sad-looking

teenagers“ (Lissner 1981: o. S.). Daneben sind Assoziierungen der NGO *imagery* mit Pornographie gängig. So haben schon frühe Beiträge zur *imagery debate* eine ‚Auszeichnung‘ der Repräsentationspraxis von NGOs als ‚Porn‘ oder Pornographie für notwendig erachtet (Smillie 1995: 136). Dies trifft auch für die von Jørgen Lissner (1977, 1981) geäußerte Kritik zu, die als wichtige Pionierarbeit der *imagery debate* gilt (Lidchi 1999; Dogra 2012; Hilary 2015). Lissner, damals *project director* einer großen dänischen NGO, umriss im Jahr 1981 in seinem Artikel „Merchants of Misery“ im *New Internationalist* viele jener Kritikpunkte, die bis heute bildethische und repräsentationspolitische Debatten zu einer NGO *imagery* ausmachen.

„The starving child image is seen as unethical, firstly because it comes dangerously close to being pornographic. [...] It puts people's bodies, their misery, their grief and their fear on display with all the details and all the indiscretion that a telescopic lens will allow. It is very telling that this type of social pornography is so prevalent in fundraising campaigns for the benefit of other races in far-away places but virtually non-existent when it comes to domestic concerns [...]. All the pain and agony in our own midst – broken homes, pollution, crime, drug abuse, loneliness – are conveniently swept under the carpet. And so are all the strengths and riches of the ‚unfortunate ones‘ – their ingenuity, their cultural identity, their close family ties, their generosity, their hospitality. The result is inevitable – once again the superiority of Western civilization and Western values has been brought home“ (Lissner 1981: o. S.).

Lissner weist hier nicht nur ‚Hungerkind‘-Bilder als pornographisch und unethisch aus, sondern beanstandete zugleich die dem Zeigen dieser Bilder zugrundeliegende Doppelmoral des Westens, die es ermöglicht, das eigene Selbstbild als überlegen und zivilisiert zu bestätigen: Wir zeigen sie anders als uns, stellen skrupellos ihre Schwächen aus und ignorieren ihre Stärken; unsere Probleme kehren wir unter den Teppich – und wenn nicht, dann wählen wir für die Unsrigen jedenfalls eine respektvolle, die Persönlichkeitsrechte und die Intimsphäre der Dargestellten achtende Form der Repräsentation.

Die insbesondere in den 1980er Jahren mit großer Vehemenz vorgebrachten Kritiken sowie die daraus hervorgehenden Selbstverpflichtungen zu einer ethischen Bildsprache (CONCORD/Dóchas 1989) führten manchen Beobachtenden zufolge zu einer Abkehr vom ‚Hungerkind‘-Motiv. Anfang der 1990er Jahre wurde gar festgestellt: „Das sympathische afrikanische Kind, das uns [...] mit großen Augen beobachtet, ist kein hungern-

des Kind mehr“ (Göltenboth 1991: 128). Noch Ende der 1990er Jahre konnte angemerkt werden: „Bitte!‘ Spots und Plakate mit weinenden und hungernden Kindern aus Afrika sind aus der Öffentlichkeit verschwunden“ (Mann 1998: 55).

Interessiert man sich (diachron) für einen Wandel oder schlichtweg (synchron) für die Vielfalt der Bilderwelten von NGO-Repräsentationspraxis, stößt man unweigerlich auf die keineswegs unumstrittene Unterscheidung zwischen ‚negativen‘ und ‚positiven‘ Bildern (Lidchi 1999; Cohen 2001; Cameron/Haanstra 2008; Dogra 2012; Chouliaraki 2013; Scott 2014; Nissinen 2015). Die Frage ist dabei nicht, ob die Unterscheidung für analytische Zwecke hilfreich ist (sie ist es nicht: Schaffer 2008; Bhabha 2000). In Forschung Berücksichtigung finden kann sie als *in praxi* relevante Unterscheidung, die eine reflexive, kritische und/oder ethische Praxis der Problematisierung humanitärer Repräsentationspraxis maßgeblich mitstrukturiert – mitunter soweit, dass unterschiedliche Akteur_innen der Hilfscommunity sich hierüber positionieren und voneinander abgrenzen (Orgad 2013; vgl. meine Ausführungen in Kap. 11.3 und 12). Es handelt sich um eine bewährte Unterscheidung, die vielfach herangezogen wird, in diversen Kontexten, aus unterschiedlichen Beweggründen, mitunter auch zu analytischen Zwecken.

Anhand der Unterscheidung von ‚negativen‘ und ‚positiven‘ Bildern wird häufig, und das ist an dieser Stelle erstmal wichtig, ein Wandel in der Bildsprache von NGOs beobachtet und beschrieben: Neben leidenden, hungernden, bisweilen explizit mit Tod und Sterben assoziierten (Kinder-)Körpern wurden ab den 1980er Jahren zunehmend lachende, stolz blickende, aktive, etwa auf dem Feld arbeitende Personen gezeigt – und damit sogenannte positive Bilder.²²⁵ Bereits Lissner (1981) hatte seiner frühen Kritik an der NGO *imagery* die Beobachtung begrüßenswerter Bemühungen an die Seite gestellt, die von der verbreiteten ‚negativen‘ *imagery* abzukommen versuchen. Er nennt folgende vier Beispiele, die er als zumindest erste wichtige Schritte in die richtige Richtung fasst: Erstens Fotos, die aktive, fleißige Menschen in Ländern des Globalen Südens zeigen, die intelligent mit den ihnen zur Verfügung stehenden begrenzten Mitteln

225 Dogra (2007) weist in einer Längsschnittstudie darauf hin, dass schon vor dem vermeintlichen Bruch im Anschluss an die Hungersnot in Äthiopien (1984/85) ‚positive‘ Bilder von international tätigen, im UK ansässigen NGOs in Spendenaufrufen herangezogen wurden. Ich würde diese Beobachtung unter Kenntnisnahme von historischen Plakatbeispielen westdeutscher christlicher Hilfswerke bestätigen.

umgehen. Zweitens die Hinwendung zu einer unsentimentalen, sachlichen Sprache. Er zitiert einen Spendenaufruf: „They’re not beggars. They need drills to find water, seeds, ploughs and bullocks to sow; teachers and doctors to keep them alive; technological training to support themselves“ – und quittiert: „Unpretentious. Down-to-earth“ (Lissner 1981: o. S.). Drittens nennt Lissner ein ‚den Spieß umdrehendes‘ Plakatkampagnen-Beispiel, bei dem dänische Spender_innen über ihre Motive sprechen, sich einzubringen. Viertens beschreibt er den Fall, dass auf die Verwendung von Fotos verzichtet und stattdessen auf Zeichnungen zurückgegriffen wird.²²⁶ Alternativen können diesen Beispielen zufolge darin bestehen, die Empfänger_innen von Hilfe nicht mehr fotodokumentarisch auf entwürdigende Weise auszustellen und zudem auf eine Selbstaufwertung auf deren Kosten zu verzichten, indem die spendenden Personen nicht mehr auf hoch sentimentale und prätentiose Weise angesprochen werden, diesen nicht weiterhin suggeriert wird, sie könnten leichthin die Menschheit retten. „People in the high-income countries are not asked to play God or save humankind, but simply to ‚lend a hand‘“ (Lissner 1981: o. S.). Bemerkenswert finde ich vor allem, dass Lissners Begründungen, warum die genannten Beispiele einen ersten Fortschritt darstellen, allesamt Vorstellungen einer zunehmenden Symmetrisierung der medialisierten Wir-/die Anderen-Beziehungen aufrufen. Was sich damit andeutet, ist, dass in der *imagery debate* nicht zuletzt auch dafür gestritten wird, dass alle Beteiligten auf eine Augenhöhe gebracht werden, um etwa „durch das Mittel der Sprache Distanz gegenüber den Partnern zu überwinden“ (Brot für die Welt 2008: 166–168). Das lässt sich auch mit Blick auf die noch näher vorzustellenden ‚Poverty Porn‘-Kritiken in der Blogosphäre behaupten.

Speziell für die letzten Jahre lässt sich eine Zunahme von populärkulturellen und ‚Meta-Appellen‘ (Brough 2012) feststellen, sowie von Repräsentationen, die auf Parodie, Humor (Cameron 2015) oder gar Sexappeal (Cameron/Haanstra 2008) setzen.²²⁷

226 Abbildungen und ausführlichere Diskussionen der Beispiele finden sich in Lissner (1977).

227 Vgl. etwa die im Rahmen des *Radi Aid Award* veröffentlichten Videoclips der norwegischen NGO SAIH, wobei anzumerken ist, dass es sich hierbei nicht zuvorderst um Spendenaufrufe handelt. Kritisch hierzu: Jefferess (2013), Bendix (2014) und glokai (2012, 2013 b). Ein Beispiel für einen Clip, der auf Sex-Appeal setzt, ist der im WWW vielfach kritisierte Spot „The Most Important ‚Sexy‘ Model Video Ever“ der NGO Save the Children aus dem Jahr 2014.

„Today, factors including neoliberal consumer culture, the professionalization of humanitarian communication, and Web 2.0 social networking are shaping new forms of humanitarian visual culture and, to varying degrees, new content. [...] The earnestness of ‚real‘ portrayals of suffering is being matched with – or even supplanted by – more lighthearted, postmodern pastiche and youth culture aesthetics, and glamorized or playful representations of the humanitarian *donor-as-consumer*“ (Brough 2012: 176; Hervorh. im Orig.).

Zu verzeichnen ist eine – zumindest punktuelle – ‚Popkulturalisierung‘ von Humanitarismus (Brough 2012: 188) und damit eine Hinwendung zu einer verspielten oder humorvollen Ästhetik (ähnlich bereits Baringhorst 1999). Forschende bringen mit entsprechenden Entwicklungen eine Verlagerung der Aufmerksamkeit in Richtung des Selbst, das heißt zu den (Medien-)Publika des Globalen Nordens in Verbindung (Vestergaard 2014; Chouliaraki 2013): Diese werden nicht mehr nur adressiert, sondern verstärkt selbst gezeigt – prominente ebenso wie ‚gewöhnliche‘ Unterstützende einer NGO. Nicht zuletzt, das möchte ich hinzufügen, scheint sich aktuell ein Genre zu etablieren, dessen Hauptanliegen es ist, zu problematisieren, wie Armut, Entwicklung und ‚Dritte Welt‘-Länder im Globalen Norden gezeigt und wahrgenommen werden. (NGO-)Repräsentationspraxis dient dann dazu, gängige Stereotype – mithin herkömmliche Formen einer NGO *imagery* – herauszufordern.²²⁸

Davon, dass die vorgenannten Neuerungen überhandgenommen haben, kann nicht die Rede sein. Was sich jedoch feststellen lässt, ist, dass immer häufiger von (rein) foto- und filmdokumentarischen Repräsentationen ferner Leiden und Nöte Abstand genommen wird. Gleichen sich ‚negative‘ und ‚positive‘ Bilder noch dergestalt, als ein ‚realistisches‘ Verständnis von Repräsentation zugrunde gelegt wird (Lidchi 1999: 94), wird nun verstärkt eine „ästhetische Formsprache“ und „affektive Appellstruktur“ (Baringhorst 1998: 283) herangezogen, die Repräsentationen als kontingente Akte der Repräsentation ausweisen (Chouliaraki 2013: 69): Lilie Chouliaraki (2010, 2013) spricht von *post-humanitärer* Kommunikation, um humanitäre Appelle zu bezeichnen, die zwar nicht in jedem Fall auf fotodokumentarische Darstellungen verzichten: „They do, however, shift away from pho-

228 Das Beispiel hierfür, das in den letzten Jahren vermutlich am meisten Aufmerksamkeit auf sich gezogen hat, sind wiederum die den sogenannten *Radi Aid Award* begleitenden Videoclips. Weitere Beispiele sind die *Stop the Pity Initiative* der NGO Mama Hope und die (vielfach kritisierten) Plakate von Oxfam (UK) im Rahmen der *Food for All* Kampagne aus dem Jahr 2012.

torealism as authentic witnessing towards photorealism as yet another aesthetic choice by which suffering can be represented. [...] [T]hese appeals come to remind us that we are confronted not with the ‚truth‘ of suffering but with acts of representation“ (Chouliaraki 2010: 116–117).²²⁹ Die zumindest punktuell zu beobachtende Abkehr von dokumentarischen Genres scheint mir mit Blick auf humanitäre Repräsentationspraxis durchaus bemerkenswert, wonach Objektivität verheißende Repräsentationsmodi nicht zuletzt aufgrund folgender Annahme einen wichtigen Stellenwert einnehmen: „[S]uch photographs can provide transparency, an unmediated window on the world, fixing ‚reality‘ or ‚truth‘“ (Lidchi 1999: 99). Vielleicht ist diese Abkehr auch ein Zugeständnis an die Anforderungen und Möglichkeiten *werbender* Bilderwelten?²³⁰

Die visuelle Kommunikations- bzw. Repräsentationspraxis von NGOs ist heute vielfältiger als noch vor wenigen Jahrzehnten oder Jahren. ‚Positive‘ Bilder und einige weitere der vorgenannten Alternativen zu ‚negativen‘ Bildern sind dabei ihrerseits bereits in die Kritik geraten. Nandita Dogra (2007: 167) stellt etwa das *Dogma der positiven Bilder* grundlegend infrage:

-
- 229 Eine post-humanitäre Kommunikation zeichnet sich laut Chouliaraki (2010, 2013) ferner dadurch aus, dass sie lediglich kurzzeitiges, wenig aufwändiges, dabei hochgradig individualisiertes Engagement evoziert bzw. einfordert (Stichworte: Clicktivism bzw. Slacktivism) und zudem stark mit einer Branding-Logik korreliert. Zu *humanitarian branding* als übergreifendem Trend: Vestergaard (2008). Chouliaraki (2010, 2013) zeichnet eine nicht lineare, aber doch fortschreitende Entwicklung in der Bildsprache von Hilfsappellen in humanitärer Kommunikation nach: von ‚negativen‘ zu ‚positiven‘ Bildern hin zu einer post-humanitären Bildsprache. Irritierend erscheint mir an dieser ansonsten überaus gelungenen Längsschnittbetrachtung und -diskussion, mit welcher Selbstverständlichkeit die unterschiedenen Bildsprachen an je spezielle Gefühle gekoppelt werden (‚negative Bilder‘ an Empörung, Schuld; ‚positive‘ Bilder an Mitleid).
- 230 In Kap. 12 stelle ich Überlegungen dazu an, wie mit NGO-Kommunikation sowohl werbende als auch aufklärerische Erwartungshaltungen verknüpft werden. Anmerken möchte ich an dieser Stelle, dass sich heute sowohl visuelle Darstellungen von Leid und Gewalt finden lassen, die keinen dokumentarischen Anspruch erheben (beispielsweise Origami-Figuren, die eine Gewaltszenarie symbolisieren), als auch fotodokumentarische Darstellungen harmloser Motive (etwa das Foto einer fast leeren Reisschale: „Weniger ist leer“). Als besonders kreativ mit Blick auf eine nicht-dokumentarische Repräsentation von Leid und Gewalt erweist sich immer wieder Amnesty International. Amnesty hat für die eigene medienöffentliche Kommunikation aber auch schon Folterszenen sehr realistisch nachgestellt (Stichwort: Shockvertising; Borer 2012).

„Does an idealised, ‚happy‘ image show the achievements of the INGO thereby representing a post-intervention scenario? Is it just the safest way out of the strong criticism of ‚negative‘ imagery? Or is the trend of ‚positive‘ imagery merely in tune with some currently acceptable marketing studies that indicate that appeals sent to potential donors with a ‚positive‘ image fetch more donations compared to the ones with ‚negative‘ images? [...] However, there may still be need, and scope, for greater creativity and innovation in imagery by INGOs. To a large extent, ‚positive‘ imagery is a lazy way out and lets INGOs ignore messy questions of power and ideology“ (Dogra 2007: 168).

Über die von Dogra formulierten Vorbehalte hinaus bleibt zu betonen, dass ein (wie auch immer *en detail* gearteter) Wandel auf formal-ästhetischer und gegebenenfalls affektiv-appellativer Ebene noch keinen Wandel der über Repräsentation eröffneten oder nahegelegten Weltenbilder garantiert.²³¹ Wie Shani Orgad (2015: 118) beobachtet hat, verweist Forschung aus den Reihen der Media Studies, der Development Studies und der Gender und Postcolonial Studies, die sich mit der Repräsentationspraxis von NGOs auseinandersetzt, zusammengenommen vielmehr auf Folgendes: „They show how depictions of distant others are rooted in colonial, racialized ‚regimes of representation‘ [...], while at the same time NGO communications have changed significantly over the years“. Auszumachen ist sowohl ein Wandel der Bildsprache von NGOs als auch eine postkoloniale Kontinuität jener Selbst-, Fremd- und Weltenbilder, die über Repräsentationspraxis aufgerufen werden.

Aus heutiger Sicht ist zudem klar, dass das ‚Hungerkind‘ als Bildmotiv, wenn überhaupt, nur kurzfristig aus dem (medien-)öffentlichen Raum verschwunden war. Bereits Mitte der 2000er Jahre wurde kritisch auf „[t]he return of the poster child“ (Ransom 2005: o. S.) hingewiesen. John Hilary (2015: o. S.) vermerkt seinerseits: „[R]ecent years have witnessed the return of the starving black child as a stock image in the fundraising communications of far too many aid agencies“. Er fährt in seinem Beitrag für den *New Internationalist* mit dem Titel „The Unwelcome Return of Development Porn“ fort: „NGOs that should know better have reverted to type, calling up disaster images from the 1970s in a desperate attempt to increase their

231 Hierzu auch Kap. 9.2.3. Der genannte Umstand wurde mir nicht zuletzt im Zuge einer empirischen (Bild-)Analyse von vier NGO-Plakaten (UNICEF; Amnesty International, AIDES und WWF) sehr bewusst, im Zuge derer ich untersucht habe, wie Superheld_innen und Symboliken eines Superheldentums in den Bilderwelten von NGOs aufgegriffen werden (Zöhrer 2015 b).

organizational income, whatever the cost. A battle which we thought had been won many years ago clearly needs to be fought afresh“ (Hilary 2015: o. S.). Das ‚Hungerkind‘ und vergleichbare ‚negative‘ Bildmotive mögen heute in vielen Ländern kaum mehr auf Plakatwänden zu finden sein. In die Welt gesetzt werden sie nach wie vor. Und das sowohl über die Kommunikationskanäle mancher Hilfsorganisationen (etwa via Postsendungen, Internet-Bannerwerbung, Fernseh- und YouTube-Spots), als auch – und vor allem – im Zuge (foto-)journalistischer Berichterstattung in ‚den‘ Massenmedien. Dass entsprechend drastische Fotografien heute zumindest von NGO-Seite immer seltener herangezogen werden, mag Resultat dessen sein, dass innerhalb der Hilfscommunity seit mehreren Dekaden anders bzw. ausgeprägter als in der journalistischen Medienwelt eine selbstreflexive Debatte über die Politik und Ethik der Repräsentation geführt wird (Cohen 2001: 178). Nichtsdestotrotz fehlt es auch gegenwärtig nicht an Anlässen zur Kritik an einer NGO *imagery* und Repräsentationspraxis.

