

De Stichting Auschwitz  
Mémoire des signes  
De Federatie  
Wallonië-Brussel  
stellen voor

SLACHTTOEFENS

VAN HET BEELD

OVER HET CREËREN,  
HERNEMEN EN  
BEKRITISEREN VAN CLICHÉS

**Curator :** Gwenaëlle Aznar

**Supervisie :** Philippe Mesnard

Deze tentoonstelling is een adaptatie en een synthese met pedagogisch doel van de originele tentoonstelling "Prisonniers de l'image" (curator: Philippe Mesnard) voorgesteld aan het Centre d'histoire de la résistance et de la déportation (CHRD) te Lyon tussen oktober 2005 en januari 2006.

**Wij bedanken** het CHRD en de directrice Isabelle Rivé, Laure Piaton, het Mémorial de la Shoah, het FNDIRP, Artsen Zonder Grenzen en Artsen van de Wereld, Action contre la faim en World Vision, le Secours catholique, Benetton en Noos, Brot für die Welt, de winkels Stern, Die Zeit, de Guardian 2, l'Unita, Télérama en Le Nouvel Observateur, het dagblad Libération, het agentschap Springer et Jacobi, Georges Ménilon et Art Spiegelman, met een bijzondere dank aan het dagblad Contrejour.





# INLEIDING



© Verzameling Stichting Auschwitz



Met vriendelijke toelating van Action contre la faim

Slachtoffers van oorlogen, van natuurrampen, van epidemieën... Burgerslachtoffers dringen de laatste vijftig jaar ons dagelijks leven binnen. We zien hen in de kranten, op televisie, op affiches in de straat, in de metro. De beelden zijn in zekere zin banaal geworden, en hebben daarom niet altijd het gewenste effect...

Deze beelden zijn bedoeld om ons meteen aan te grijpen en een reactie uit te lokken, luttele seconden nadat ons oog erop valt. Ze mobiliseren codes en stereotiepen uit ons cultureel geheugen om een voorstelling te maken van radicaal geweld, terreur, verschrikking, Kwaad.

Maar geven de beelden die vandaag ons visueel veld overwoekeren, werkelijk een juiste voorstelling van de slachtoffers? Is het niet eerder zo dat achter een eenvoudig cliché aangedikt met een slogan, net als in elke reclamecampagne, een andere realiteit schuilgaat? Kunnen journalistieke, publicitaire en/of humanitaire procedés wel een verklaring bieden voor de extreem gewelddadige situaties en gebeurtenissen waaraan zij refereren?

Deze tentoonstelling wil de bezoeker aanzetten tot reflectie over de kracht en de betekenis van de slachtofferbeelden vandaag de dag. Over wat ze ons doen begrijpen of wat ze ons doen zien zonder dat we het begrijpen, en ook over wat ze verbergen en wat hen ontgaat.



© DR

# SLACHTOFFERS VAN HET BEELD

## Het creëren van clichés

**BURGERSLACHTOFFERS** van collectief geweld, of dat nu te wijten is aan een natuurramp, een epidemie of een oorlog, worden vandaag de dag vrijwel steevast opgevoerd als slachtoffers die gered en herinnerd moeten worden.

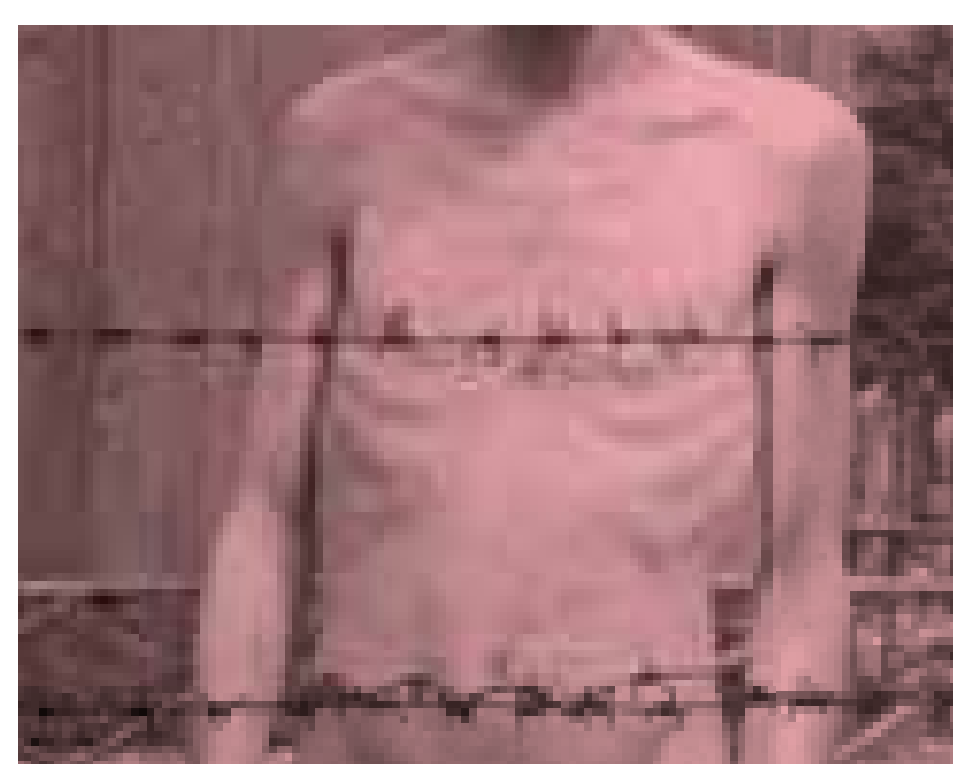
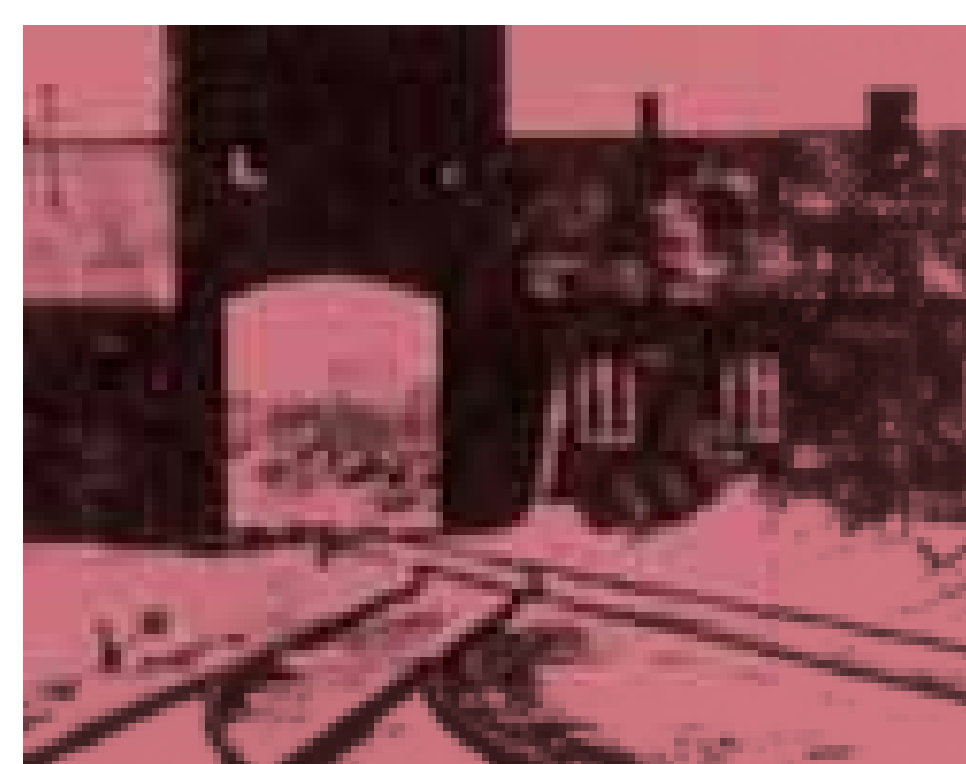
Het lijkt voor iedereen vanzelfsprekend dat we hen zo snel mogelijk ter hulp schieten, en dat mensen die onrecht hebben geleden niet vergeten mogen worden. Men komt op voor morele waarden, roept op tot hulpacties. Men houdt de herinnering telkens levendig in de hoop dat zo iets *NOOIT MEER* zou gebeuren. Men levert bovendien kritiek

op de media die onze televisieschermen overspoelen met schrijnende beelden.

**Maar beseft men wel dat de voorstelling van de slachtoffers even belangrijk is als de slachtoffers zelf?**

Deze voorstelling gebeurt conform bepaalde codes, waarbij gebruik wordt gemaakt van referenties die meestal niets te maken hebben met het slachtoffer in kwestie.

We vragen ons af welke precies de beelden zijn die op ons netvlies zijn gebrand.





# Het creëren van clichés

## DE KAMPEN

# 01

© United States Holocaust Memorial Museum



17 april 1945. Kamp van Bergen-Belsen (Duitsland).

De herhaling van fotografische clichés door de verspreiding ervan, of dat nu op een rechtstreekse of onrechtstreekse manier gebeurt, is één van de belangrijkste technieken om de herinnering aan de concentratiekampen te construeren. Het procedé is niet zo eenvoudig als lijkt: het bestaat uit citeren, overdragen, stileren, soms zelfs manipuleren.

De herhaling maakt dat deze beelden in het geheugen van de bezoeker of toeschouwer worden gegrift, zodat ze worden herkend en, in de herkenning, emoties oproepen tegenover de slachtoffers. Maar leiden herkenning en emotie noodzakelijkerwijs tot kennis?

“ Een foto die bericht over de ellende die een gebied treft waar men dat niet verwachtte, zal de publieke opinie niet beïnvloeden, omdat de emoties en standpunten ontbreken die daarvoor de nodige context bieden. ”

Susan Sontag, schrijfster.



© FNDIRP Verzameling

Mauthausen (Oostenrijk). Lente 1942.



© Imperial War Museum Verzameling

Kamp van Bergen-Belsen, 1945. ➔



Als deze slachtofferbeelden niet bestaan, worden ze wel gecreëerd. Zo ontstonden ook bepaalde stereotiepe beelden uit de Tweede Wereldoorlog en de concentratiekampen. Eén van die beelden is de bulldozer.

Vóór de jaren 40 symboliseerden bulldozers de moderne tijd, net als de machines die hun dienst bewezen door het werk van de mensen lichter te maken, efficiënter en rendabeler. Net als de trein ook, teken van vooruitgang. Deze positieve beelden kregen een radicaal andere invulling nadat beelden opdoken van bulldozers die werden gebruikt om stapels lijken weg te voeren. De machine werd het symbool van de onmenselijkheid: ze vervoerde en verpletterde de dode lichamen. Bulldozers kregen een heel ander imago. Het gebruik ervan voor gelijkaardige doeleinden werd systematisch hernomen door fotografen, journalisten, reclamebureaus en artiesten, als symbool van wreedheid.

Hoe vaak dook de bulldozer van Bergen Belsen al op in documentaires over de kampen?



# Het creëren van clichés 02

## DE TOEGANGSPOORT VAN AUSCHWITZ



© DR



De concentratiekampen (werkkampen waar dwangarbeiders stierven door mishandeling, ondervoeding en ziekte) en uitroeiingskampen (kampen die speciaal waren ingericht om de geviseerde bevolkingsgroepen uit te moorden, voor de nazi's waren dat de Joden) werden ontdekt aan het einde van de Tweede Wereldoorlog. Er werd meestal geen onderscheid gemaakt tussen beide; bijgevolg werden de uitroeiingskampen voorgesteld aan de hand van beelden van de concentratiekampen.

We beschikken slechts over enkele beelden en getuigenissen over de uitroeiingskampen, en dan vooral over dat van Auschwitz II Birkenau. Pas tientallen jaren later zouden deze beelden een reële impact hebben en erkenning krijgen. Clichés ontstonden om dit gebrek te compenseren, en om een antwoord te bieden op de onmogelijkheid om een betekenisvolle voorstelling te maken van het genocidaire geweld. Een aantal van die clichés zijn stereotiepe beelden geworden omdat ze zo vaak zijn hernomen, zoals de beroemde toegangspoort van Auschwitz.

De toegangspoort van Auschwitz, een plek waar zich zowel een concentratiekamp als een uitroeiingskamp bevond, is zo'n cliché, een sterk en monsterachtig symbool, Moloch van de moderne tijd die hele konvooien Joden verzwolg op weg naar de gaskamers.





## UITGEMERGELDE LICHAMEN



© NARA

🇺🇸 Buchenwald (Duitsland).  
18 april 1945.



© FNDIRP Verzameling

🇺🇸 Kamp van Ebensee (Oostenrijk). Mei 1945.



© FNDIRP Verzameling

🇺🇸 Kamp van Ebensee (Oostenrijk). Mei 1945. 🇺🇸



© FNDIRP Verzameling

“De eerste kennismaking met de fotografische inventaris van de absolute verschrikking is als een openbaring, het moderne prototype van de openbaring: een negatieve epifanie. Voor mij waren dat de foto's van Bergen-Belsen en Dachau die ik bij toeval ontdekte bij een boekhandelaar in Santa Monica, in juli 1945.”

Susan Sontag, schrijfster.

De voorstelling van de concentratiekampen is gebaseerd op de reportages die de Geallieerden maakten tijdens hun ontdekking. In de chaos van de laatste maanden van de oorlog veranderden de kampen in crepeerhokken waar ziekte, ondervoeding en moordpartijen vernieling zaaiden.

Zo kwam het dat de legers op bergen lijken stootten, en dat het die dodenstapels zijn die ze in hun reportages registreerden. Ze kregen waanzinnige taferelen te zien, maar er werd toch van hen vereist dat ze informatie zouden verstrekken. Bepaalde foto's zijn gemodelleerd op bestaande stereotypen in de Westerse cultuur. Een Christusfiguur aan het kruis. Een helse scène. Een bedelaar. Andere foto's, huiveringwekkend en ongezien, veranderden zelf in stereotiepe beelden. Een lichaam in de prikkeldraad. Een bulldozer die lijken wegvoert.

Deze beelden worden modellen in het genre, voorbeelden die worden gereproduceerd door talrijke fotoreporters die vandaag verslag uitbrengen over oorlogen en slachtpartijen, en over wat men al gauw “humanitaire rampen” zou noemen.



# Het creëren van clichés 04

## DE ONSCHULD VAN HET KIND



↑ *The Kid*, Charlie Chaplin, 1921.



↑ *Cosette*, *Les Misérables*, 1862.

Het kind is bij uitstek een symbool van onschuld, een symbool dat cultuurverschillen overstijgt. Daarom wordt het kind vaak “gebruikt” om de reinheid uit te beelden en op een intense manier gevoelens van onrechtvaardigheid uit te drukken. In zijn roman *Les Misérables* voert Victor Hugo twee belangrijke figuren van onschuld op, die de wereld zullen rondgaan en de voorstelling van het kindslachtoffer illustreren. Eerst is er Cosette, een meisje dat door haar ouders werd achtergelaten en opgroeit bij het koppel Thénardier, dat haar uitbuit. De Thénardiërs zetten hun eigen zoon op straat: Gavroche, het archetype van de Parijse kwajongen en symbool van de opstand, de tegenpool van Cosette. Dit universele beeld van het onschuldige kindslachtoffer gaat al eeuwen mee. Het wordt opgerakeld bij conflicten waarbij kinderslachtoffers vallen bij de burgerbevolking.



↑ *Getto van Warschau*, 1943.



© Laurent Bessol



© Stichting Auschwitz Verzameling

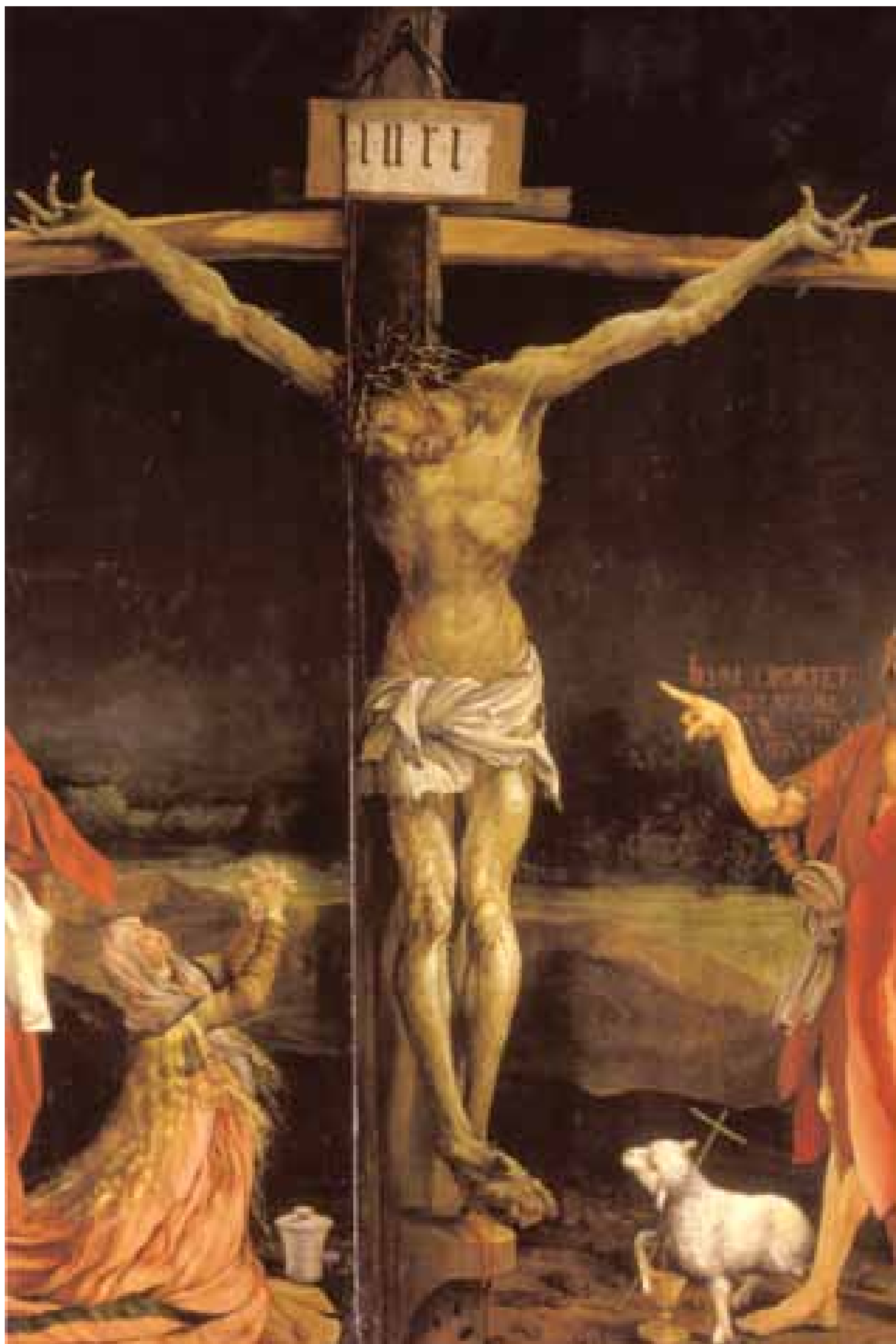


Met de hoffelijkheid van de Nouvel Observateur

Het kind uit het getto van Warschau is zo'n cliché en werd sinds de eerste publicatie talrijke malen hernomen. Deze foto werd een symbool van de Jodenvervolgung en de wreedheid van de nazi's: hoe is het mogelijk dat men niet ontroerd raakt bij het zicht van dit jongetje, dat duidelijk niet lang meer te leven heeft?



# RELIGIEUZE ICONOGRAFIE



© Museum, Unterlinden, Verzameling

“ Zelfs vandaag, zelfs in een zuiver aardse context, roept het zien van lijden bij de Europese toeschouwer dezelfde reactie op als degene die de franciscanen en de grote religieuze schilders eeuwenlang trachtten te bekomen – een schuldgevoel, dat ons aanzet tot liefdadigheid en liefde. Angst, schuld en een opwelling van liefdadigheid: of het nu gaat om een Pietà of om televisiebeelden van Kosovo, de voorstellingen roepen steeds dezelfde drie reacties op bij de Westering die opgroeide met deze visuele ethiek. ”

Neil MacGregor,  
historicus en directeur van het British Museum.

Jezus lijdend aan het kruis; zijn moeder, de maagd Maria, wenend om haar kind... Deze voorstellingen van Jezus en de Maagd Maria als *Mater Dolorosa* (moeder der smarten in het Latijn) zijn ons bekend in het Westen, tot welke religie we ook behoren. Dat komt door een eeuwenlange opvoeding in religieuze kunst waarmee we zo vaak worden geconfronteerd: in musea natuurlijk, maar ook in schoolboeken, kranten, op affiches, enz. Sinds de 12e eeuw hebben Westerse religieuze schilders het lijden in beeld gebracht en duizenden doeken en beeldhouwwerken geproduceerd die een wezenlijk deel uitmaken van onze cultuur. Wanneer Westerse fotografen en reporters plaatsen bezoeken waar strijd wordt geleverd en geweld wordt gepleegd, maken zij dan ook, nagenoeg tegen wil en dank, beelden die verwijzen naar deze religieuze voorstellingen: een dode man met gespreide armen, een vrouw die weent om de dood van haar kind, enz. Om diezelfde redenen – een onbewuste verwijzing naar iets bekends – worden precies deze beelden uitgekozen en gaan ze in de media circuleren.



© DR



© DR

# Het creëren van clichés

# 06

# ONZICHTBAARHEID



© CDJC / Verzameling van het Internationaal Comité van Auschwitz



© CDJC / Verzameling van het Internationaal Comité van Auschwitz

➤ Selectie van de Hongaarse Joden te Auschwitz, augustus 1944 (foto hierboven en volgende).

## Deze zeldzame beelden zijn niet degene die ons bijblijven van de Joodse genocide tijdens de Tweede Wereldoorlog. Nochtans...

De meeste mensen die vergast zouden worden, bleven zich vrij normaal gedragen. Ze drukken hun bezittingen dicht tegen zich aan, klampen zich vast aan de spullen die ze hebben kunnen redden, hun blik verradt angst. Weinig documenten tonen echter dit aspect. Bepaalde konvoien werden geliquideerd binnen het uur na hun aankomst. Slechts één document toont het moment waarop de lijken uit de gaskamers worden gedragen: de foto werd stiekem gemaakt door een lid van het *Sonderkommando*.




Foto in het geheim genomen door ➤ een lid van het *Sonderkommando*.

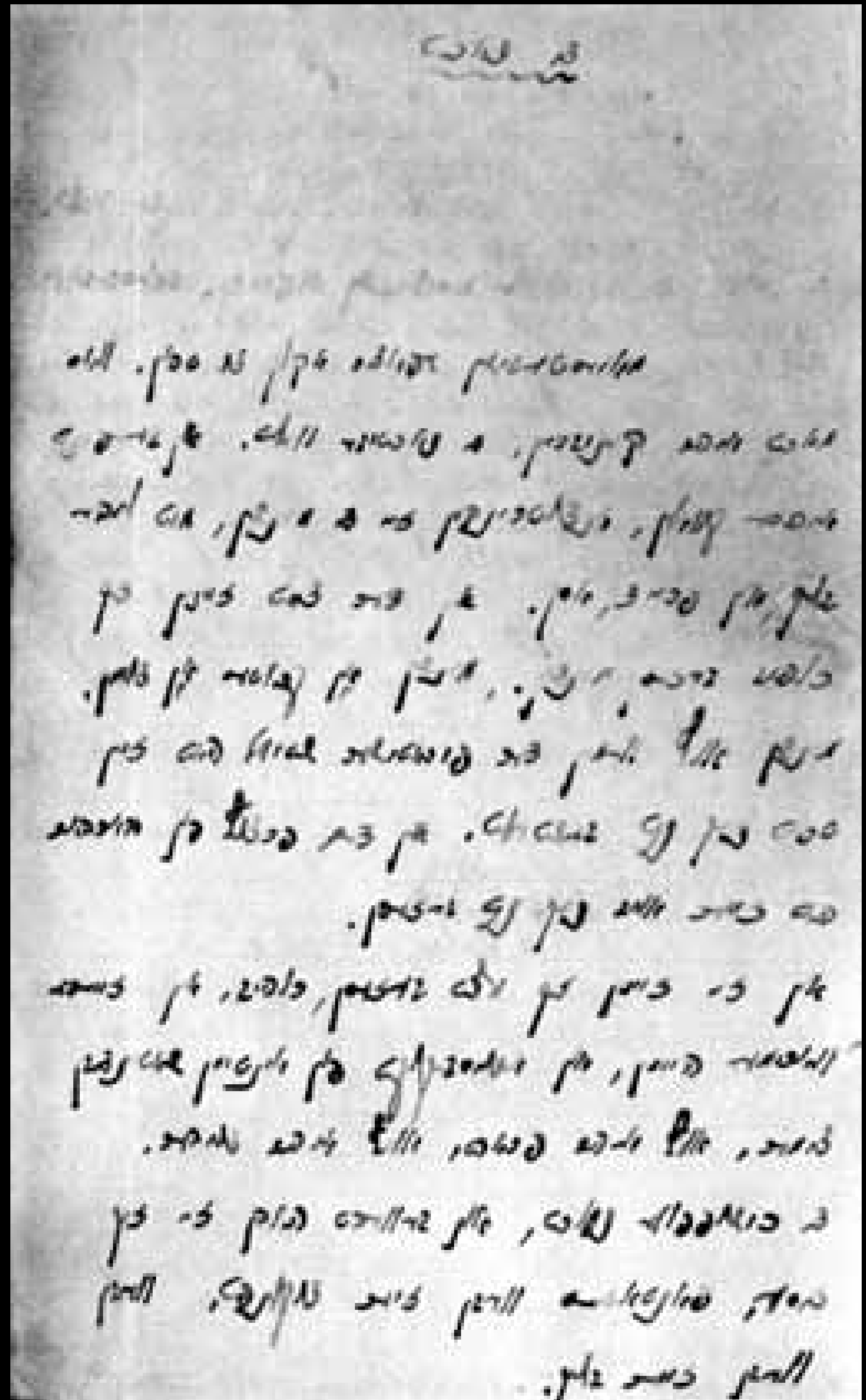
© CDJC / Verzameling van het Internationaal Comité van Auschwitz





Men heeft altijd geweten dat het precies het gebrek aan sporen zou zijn, eerder dan de overvloed aan beelden, dat deze gebeurtenis zou kenmerken. Daarom hebben sommige gedeporteerden geschriften nagelaten net voor ze naar de gaskamers en verbrandingsovens werden gevoerd. Ze wisten dat ze het niet zouden overleven.

Manuscript van een lid van het Sonderkommando, teruggevonden na de bevrijding van het kamp van Auschwitz. 

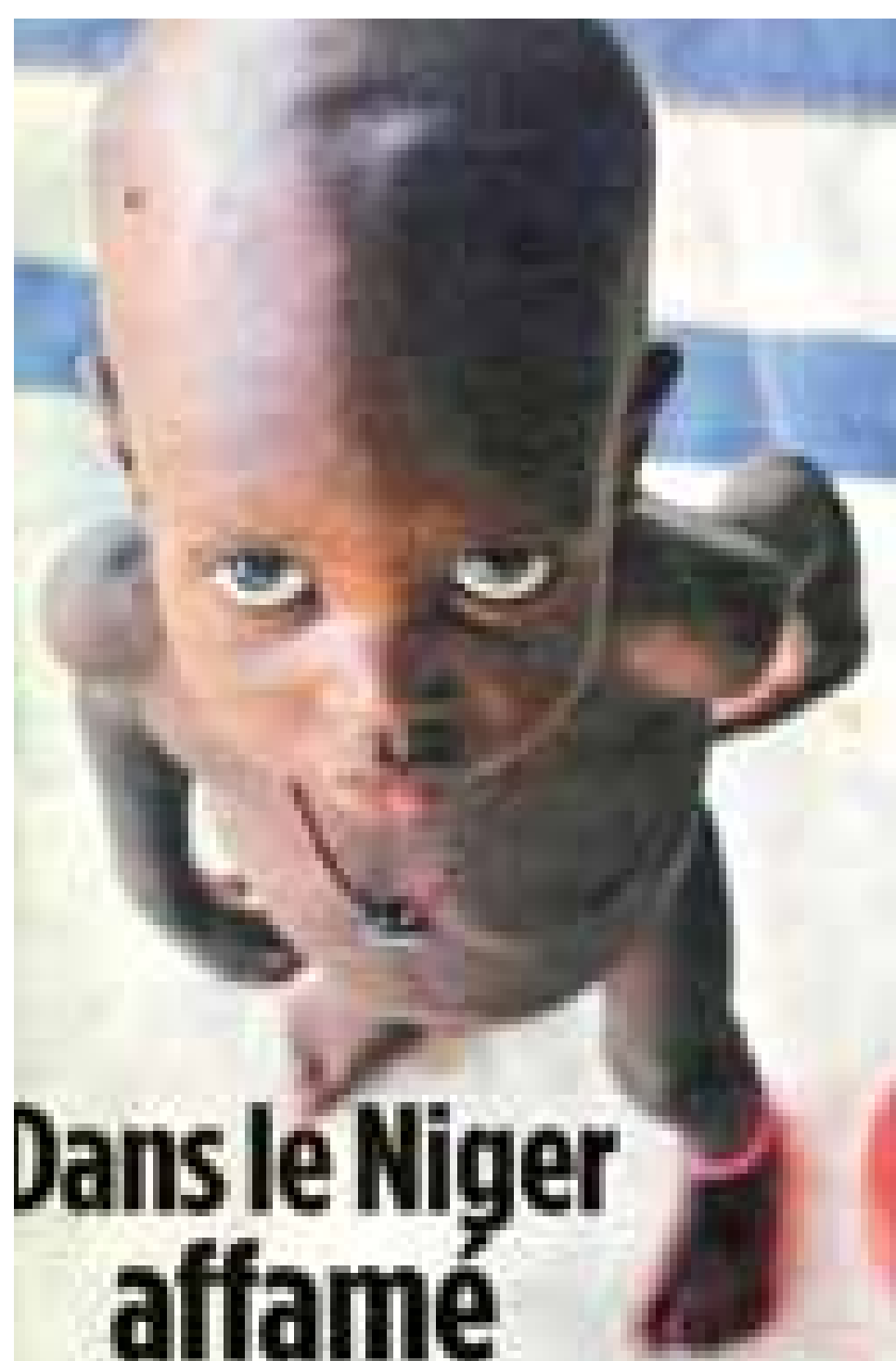


# SLAGHTOFFERS

## VAN HET BEELD

# Het hernemen van clichés

**VANAF DE JAREN 70** wordt het beeld van het burgerslachtoffer steeds vaker opgevoerd. De voorstelling ent zich op dat moment op de beeldcultuur van de concentratiekampen. Een breekpunt vormt de oorlog van Biafra (1968-1971), toen een ware communicatiecampagne de televisieschermen overspoelde met Afrikaanse kinderen met gezwollen hongerbuikjes. Op datzelfde moment keerde de publieke opinie zich tegen de imperialistische machten vanwege het politiek protest tegen de Vietnamoorlog, dat werd geschraagd door reportages van journalisten.



In enkele jaren tijd echter veranderde het uitgesproken politieke discours van de journalisten in een humanitair engagement. De lichamen van de gedeporteerden die we bekeken en herbekeken werden zo

Meisje verbrand met napalm, Vietnam, 1972.

standaardmodellen van de herinnering maar ook van de humanitaire actie.

Ze ondergingen daarom opmerkelijke veranderingen en samen met andere modelbeelden, gebaseerd op de ongelukkige kindertijd, schetsen zij het immense landschap van het wereldwijde lijden.

“Zonder beeld geen verontwaardiging: het ongeluk treft enkel de ongelukkigen. Dat maakt het net erg moeilijk om hen een helpende hand te reiken, een hand van broederlijkheid. De grootste vijand van de dictatuur en de onderontwikkeling blijft de fotografie, en het schokeffect dat zij teweegbrengt. Laten we de fotografie dan ook erkennen zonder erin te berusten: dit zijn nu eenmaal de wetten van het mediacircus. Laten we de fotografie gebruiken.” (Bernard Kouchner)

Laten we de fotografie gebruiken – zegt Bernard Kouchner. **Moeten we het beeld werkelijk gebruiken? Is dat niet precies wat propaganda doet? Gaat het hier niet om een nieuwe vorm van propaganda?**



# Het hernemen van clichés 01 HUMANITAIRE ACTIES

▣ Tentoonstelling van Artsen zonder Grenzen te Parijs, 2005.



© Stichting Auschwitz Verzameling



Vanaf de jaren 80 wordt het slachtoffer steeds vaker opgevoerd in een humanitair schouwspel. NGO's gaan samenwerken met pers, televisiejournalisten en showbizfiguren; ze spreken ons Westelingen aan en roepen op om schenkingen te doen. In minder dan tien jaar tijd ondergingen hulporganisaties een ware transformatie. Ze hebben zich het imago aangemeten van onmisbare redders van een verre wereld, een wereld die ongeduldig hun komst afwacht. Hun belangrijkste communicatiemiddelen zijn: aanplakkaftjes tegen de stadsmuren waarop het beeld enkel de slogan moet illustreren, mailingcampagnes met hartverscheurende flyerboodschappen, "reclamebijdragen" in kranten en tijdschriften.

Humanitaire organisaties stellen het slachtoffer op dezelfde manier voor als alledaagse reclame een consumptieartikel: er wordt ingezet op de herkenning van beelden die het publiek al eerder zag, en verwezen naar elementen die behoren tot onze collectieve kennis. Hier verwijst Handicap international uitdrukkelijk naar de bergen schoenen die in Auschwitz waren opgeslagen.

Berg schoenen, ▣  
verzameld voor  
Handicap International.



© Handicap international

“ Een foto is helemaal niet vreselijk op zich, [...] een foto is maar verschrikkelijk omdat we die bekijken vanuit een plek van vrijheid [...] het is niet voldoende dat een fotograaf de verschrikking uitdrukt opdat we die emotie ook zouden ervaren. ”

Roland Barthes, essayist.

▣ Tentoonstelling van schoenen van gedeporteerden, hoofdzakelijk Joden, in het museum van Auschwitz I.





# Het hernemen van clichés

## VROUWEN

02

Met de vriendelijke toelating van Springer et Jacobi



© Stichting Auschwitz Verzameling



Met de vriendelijke toelating van Action contre la faim

De acties van humanitaire organisaties, zowel op het terrein als in de media, draaien rond burgerslachtoffers. Elke NGO associeert zich met het soort slachtoffer waaraan zij hulp biedt: kinderen, moeders en kinderen, of vrouwen alleen – allen symbolen van uitzonderlijke kwetsbaarheid. Humanitaire campagnes tonen weinig mannen, alleen als ze ziek zijn of oud, uitgemergelde figuren – vaak een doelbewuste verwijzing naar de concentratiekampen. Vrouwen zijn oververtegenwoordigd. Waarom oververtegenwoordigd? Omdat zij zelden de enige slachtoffers zijn van conflicten of hongersnood. Erger nog, net als in commerciële reclame worden vrouwen vaak voorgesteld als onderworpen personen, of als een traditioneel voorbeeld van moederlijke en lijdzame zwakheid.

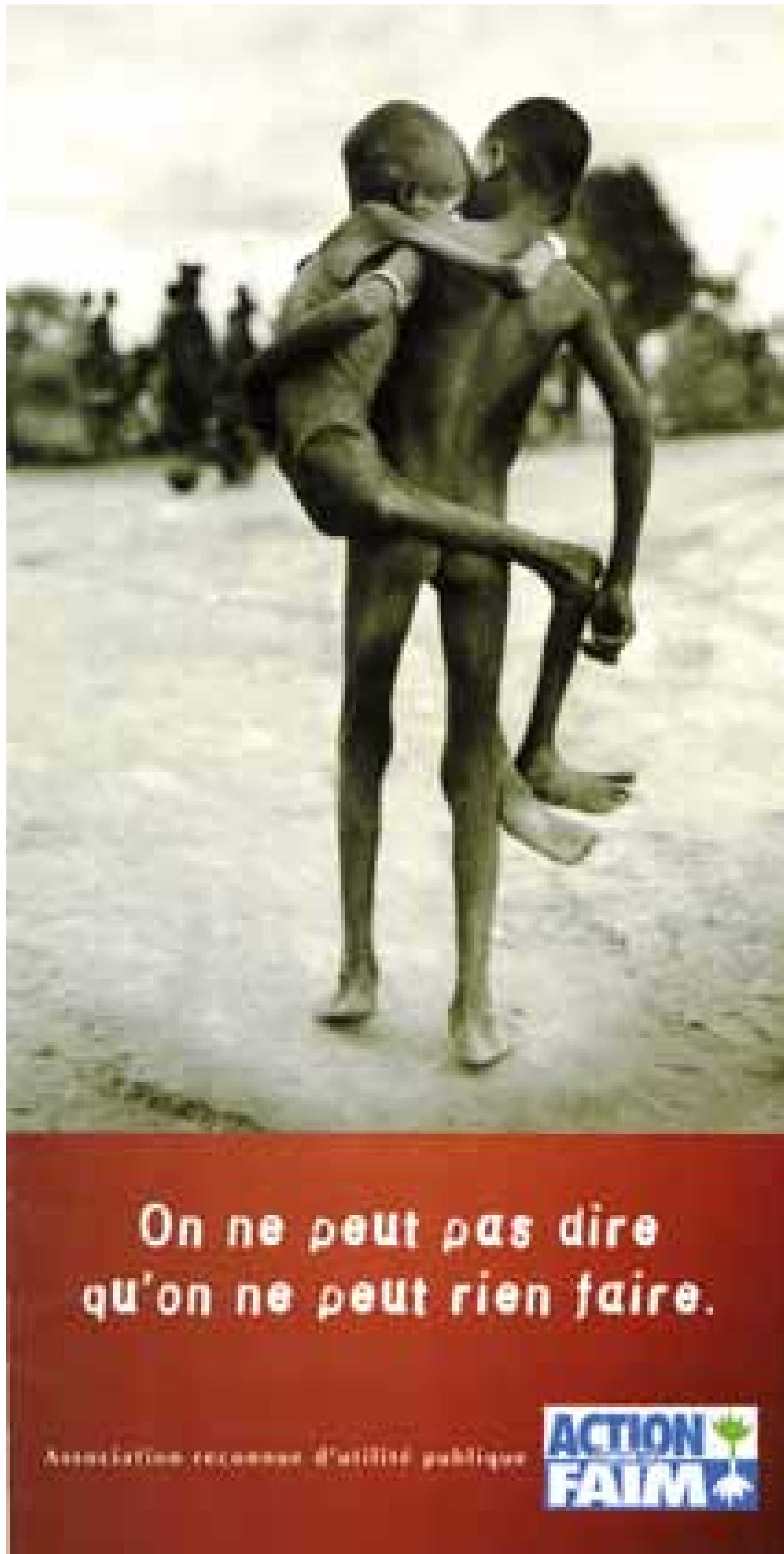
“Leïla verlost, 100 F. later”, lijkt wel de cover van een tijdschrift. Debra Show – het Amerikaanse topmodel – heeft zich vrijwillig ingezet om het jonge doelpubliek van de World Vision campagne aan te trekken. Op handen en voeten neemt ze de pose aan van een gewond maar sexy dier.

Kan het beeld dan enkel waardig zijn als het de vernedering overbelicht?



# Het hernemen van clichés 03

## GEMEENPLAATSEN



Humanitaire organisaties beroeren de voorbijganger met beelden en roepen stereotiepe voorstellingen op. Meer nog, ze zetten hun boodschap kracht bij door te verwijzen naar gemeenplaatsen.

Op beide affiches wordt expliciet gerefereerd aan de foto's van de concentratiekampen (graatmagere lichamen, prikkeldraad). Dokters van de wereld versterkt het gewenste effect door een uitkijkpost van Auschwitz te tonen en beide foto's in zwart-wit af te drukken, zodat het lijkt of ze allebei uit de archieven zijn opgedoken.

“Een kamp waar rassen worden gezuiverd, klinkt dat niet bekend?” De verwijzing naar de nazikampen in deze slogan is evident, maar de slachtoffers in de campagne zijn in feite Bosniërs.

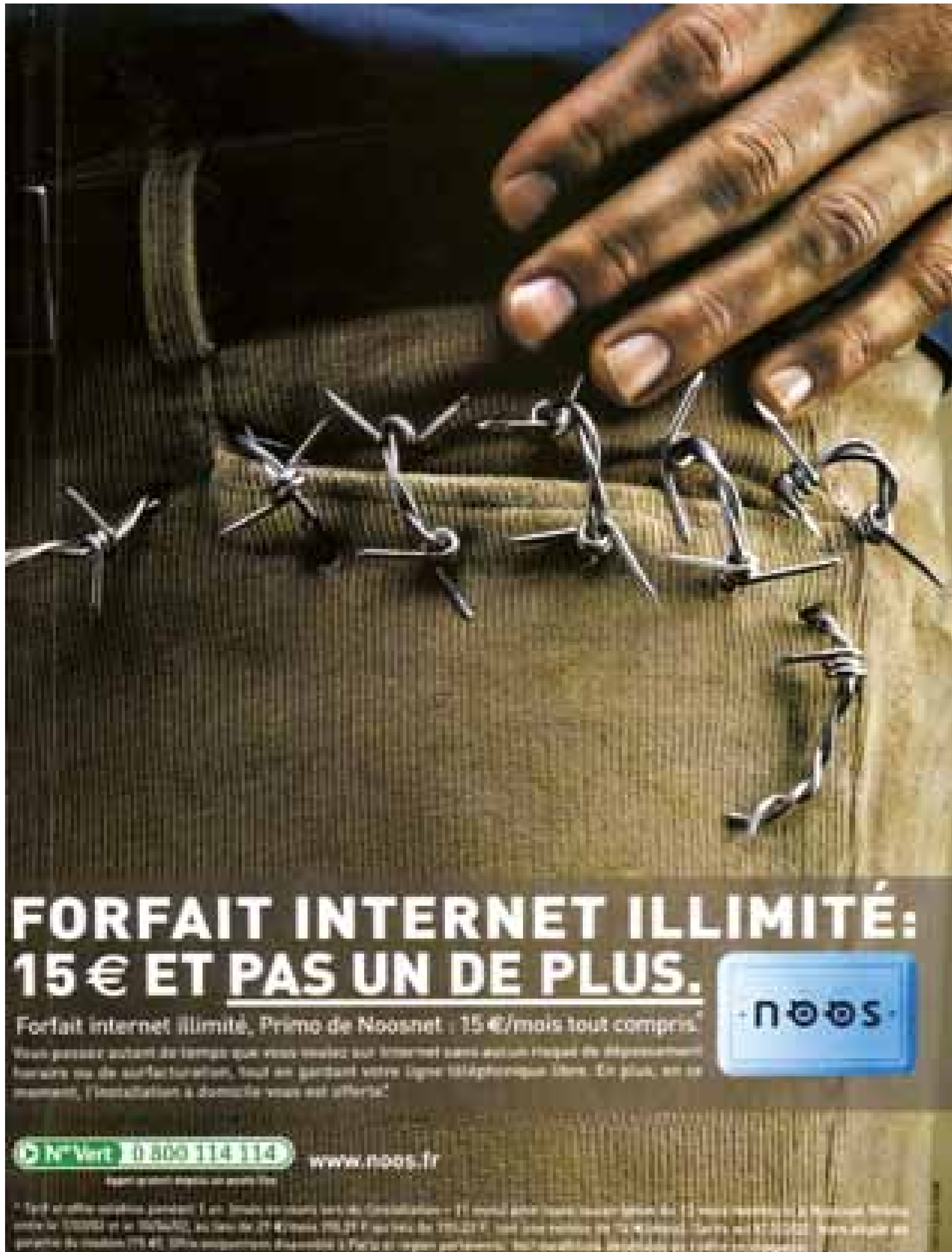
Op de affiche van Action contre la faim wordt eveneens het beeld van de nazivervolgingen opgeroepen (uitgemergelde lichamen) en gekoppeld aan de slogan “We kunnen niet beweren dat we niets kunnen doen”. Die slogan verwijst naar de zin “We kunnen niet beweren dat we van niets wisten”, een beschuldiging die meermaals werd geuit na de ontdekking van de kampen.

Maar bestaat er wel een verband tussen deze kinderen die honger lijden en de slachtoffers van de kampen uit de Tweede Wereldoorlog?

# Het hernemen van clichés

## RECLAME

04



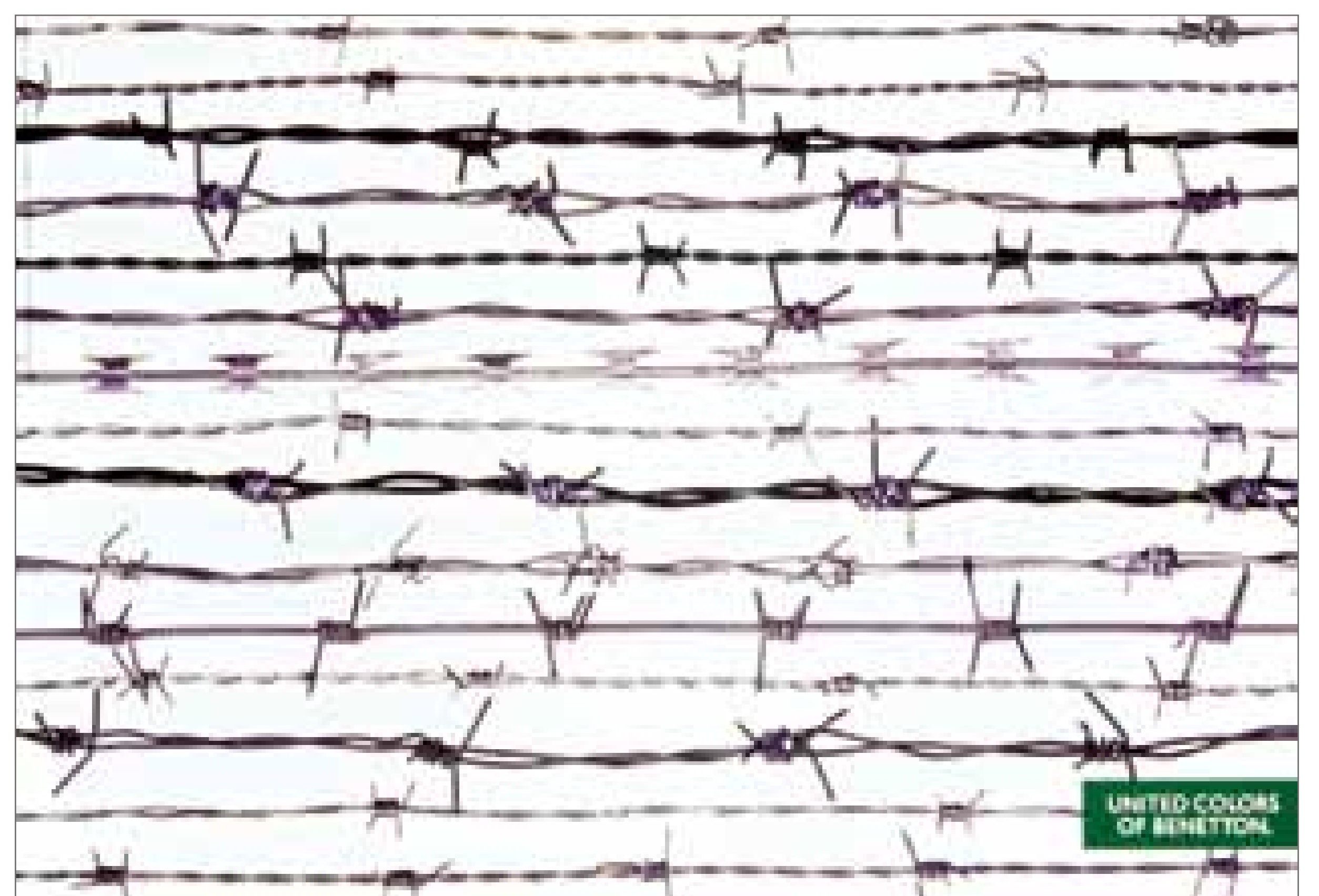
Wat is het verband tussen de concentratiekampen en de omheining in prikkeldraad enerzijds, en het kledingmerk Benetton of de internetprovider Noos anderzijds? Er is geen enkel verband, natuurlijk.

In de jaren 80 beslist de onderneming Benetton om een boodschap te brengen over waarden, en niet meer over producten. In het bijzonder wordt hun engagement voor de Mensenrechten in de verf gezet. De affiches die aan de stadsmuren verschijnen hebben dan ook niets meer te maken met de kleding die het merk verkoopt. Deze affiche, waarop enkel prikkeldraad is te zien, is een extreme vorm van herneming van clichés: een menselijke gedaante of slogan is niet nodig om de boodschap over te brengen, namelijk dat we mensen moeten beschermen die zijn opgesloten, gevangengezet, en mogelijk slachtoffer zijn van geweld.

Het bedrijf Noos pakt het anders aan en communiceert over haar producten. De prikkeldraad in deze campagne moet een klik veroorzaken in het hoofd van de toeschouwer: prikkeldraad = gevangenschap, Noos = vrijheid. Vrijheid van consumptie, uiteraard!

“Iets nieuws bekijken we altijd door onze bril van het verleden, en dat vervormt onze blik.”

Jacques Séguéla, reclamemaker.





# Het hernemen van clichés

# 05

# HUMANITAIR OF PUBLICITAIR?



© Stichting Auschwitz Verzameling

Omdat ze een nobel doel dienen, vergeten we soms dat de affichecampagnes van hulporganisaties identiek zijn aan andere campagnes... reclamecampagnes! Het doel van een humanitaire affiche is niet, in de eerste plaats, om de slachtoffers op de foto's te redden, maar om de organisatie bekend te maken bij het publiek en voor te stellen als een financieel betrouwbare vereniging die niet wordt geassocieerd met wanpraktijken.



© Stichting Auschwitz Verzameling



© Stichting Auschwitz Verzameling



© Stichting Auschwitz Verzameling

Wanneer de NGO's brieven rondsturen om giften te vragen, weten de bestemmingen dan ook meteen "wie" hen aanschrijft.

Uiteraard bestaat het tweede doel van de campagnes erin om geld in te zamelen. Om de slachtoffers te redden? Nog niet meteen... De kosten van de affichecampagne moeten eerst betaald worden (communicatiebureaus, huur van billboards, enz.).

*"Van de 15 euro die we aan een organisatie schenken, gaat een deel steeds naar de campagnekosten, maar ook naar de werking van het bedrijf, terwijl de reclametekst ons doet geloven dat onze 15 euro integraal naar de slachtoffers wordt gestort",* verklaart een verantwoordelijke van een Franse NGO.

# Het hernemen van clichés

## PERS

06

Wanhoopstafereel na het bloedbad van Bentalha in Algerije, september 1997.



© Hociine Zaourar / AFP Verzameling



Net als humanitaire organisaties tonen kranten vooral portretten van kwetsbare slachtoffers die ons makkelijker ontroeren: vrouwen en kinderen.

Zo ook met deze Algerijnse vrouw die werd gefotografeerd na het bloedbad van Bentalha. Haar foto haalde overal ter wereld de voorpagina's omdat de vrouw de *Mater Dolorosa* belichaamde, terwijl die voorstelling voor haar en haar cultuur niet dezelfde religieuze en artistieke betekenis heeft. Het was niet de meest representatieve foto van het bloedbad, maar wel de meest herkenbare voor het Westerse publiek, en bij uitbreiding de rest van de wereld. Het is deze foto die de wereld is rondgegaan.

“ Net of de onzichtbare dood waarnaar het gelaat van de andere kijkt, mij aangaat, net of deze dood ‘mij aankijkt’ [...]. ”

Emmanuel Levinas, filosoof.



# Het hernemen van clichés

# ONZICHTBAARHEID

07



© Nachtway / DR

Zijn deze praktijken betwistbaar, zelfs als ze een goed doel dienen – ons informeren, onschuldige levens redden? Bewijzen de media en hulporganisaties deze goede doelen wel een dienst?

De schokkende beelden van bulldozers die lijken wegvoeren zijn nu modellen geworden die vele fotojournalisten reproduceren in hun verslagen van actuele oorlogen en bloedbaden.

Maar de realiteit van de foto's staat niet altijd in verband met datgene waaraan de beelden refereren – een genocide –, en ze zetten daardoor de lezer/toeschouwer die ze bekijkt en interpreteert op een dwaalspoor.

Dat is bijvoorbeeld het geval met de foto's van de stapels lijken die werden gemaakt en gepubliceerd in de pers tijdens de genocide van de Tutsi's in Rwanda, in 1994. Op de foto staat een bulldozer die lijken voortduwt, en die ons doet denken aan de genocide die woedt in het land. Is dit een verschrikkelijk beeld van een slachtpartij gericht op een bepaald volk? Helemaal niet: deze beelden zijn gemaakt tijdens de cholera-epidemie in de vluchtelingenkampen in het noorden van Zaïre, waar de Hutu's zich verscholen en ook genocidaire milities profiteerden van humanitaire hulp. Beelden kunnen misleidend zijn.

“**Moeten we nogmaals zeggen dat het beeld niet niets is, maar ook niet alles? En ook al is het niets absoluuts, het vertegenwoordigt een soort van onzuiverheid die onmisbaar is voor de kennis, voor de herinnering en zelfs voor het denken in het algemeen.**”

Georges Didi-Huberman, kunsthistoricus.

**Het is wel duidelijk dat de slachtofferbeelden verwijzen naar clichés die ons meteen moeten ontroeren zodat we ook meteen zouden reageren. Men kan zich afvragen of de voorstelling van slachtoffers via onmiddellijk herkenbare clichés wel verantwoord is, of zelfs doeltreffend.**



© DR

Tijdens de oorlog in Irak, tien jaar na de Golfoorlog, publiceert Don McCullin een speciale katern in The Guardian: “The unseen Gulf war” (de ongeziene Golfoorlog). De media over de hele wereld creëerden de spectaculaire illusie dat ze ononderbroken verslag uitbrachten over het beruchte conflict, maar werden in feite de ergste menselijke verliezen van het scherm. Enkele fotoreporters, de nieuwe helden van de zichtbaarheid, hebben precies datgene kunnen vastleggen wat pers en televisie niet wilden tonen. Zorgvuldig bewaarden ze de clichés. Het onzichtbare van het geweld is niet noodzakelijk datgene wat onafbeeldbaar is, maar ook, simpelweg, dat wat door politieke of journalistieke censuur niet wordt getoond uit angst om het publiek af te schrikken.

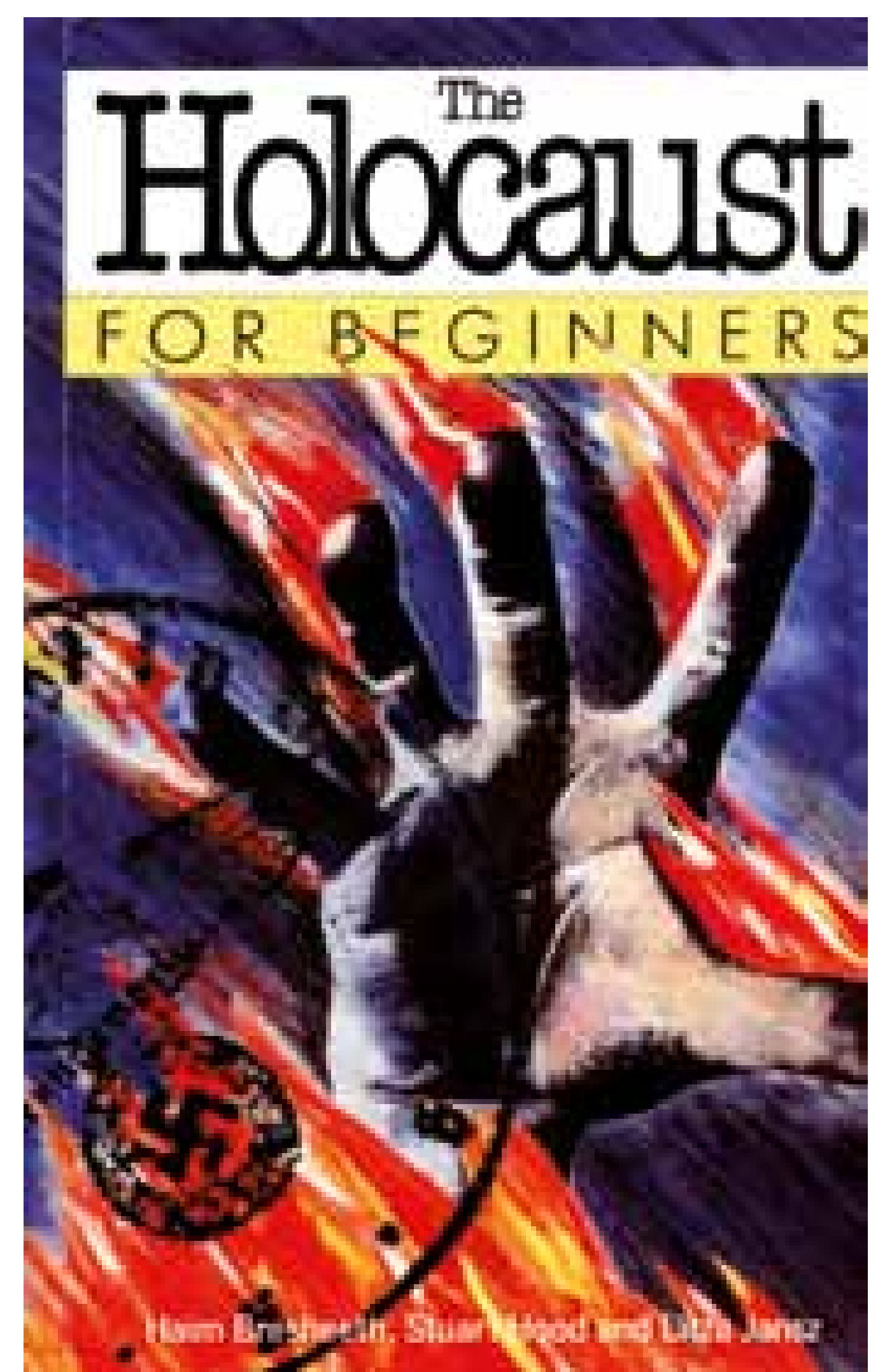
Paradoxaal genoeg zijn de grootste beeldhandelaars belust op schokkende foto's, maar mag de schok die de foto's veroorzaken hun imago geen schade berokkenen!



# SLACHTOFFERS VAN HET BEEELD

## Het bekritisieren van clichés

**IN DE JAREN 90** beginnen humanitaire organisaties, fotografen en journalisten kritiek te uiten op de spectaculaire encenering van het 'slachtoffer in gevaar'. Ze beginnen zich af te vragen of we zonder beelden kunnen, en of het publiek wel kan 'lezen'. Deze vraagstelling geeft in sommige gevallen aanleiding tot nieuwe gedragscodes en een nieuwe aanpak.



↑ Dodenwake in Kosovo, 1990.



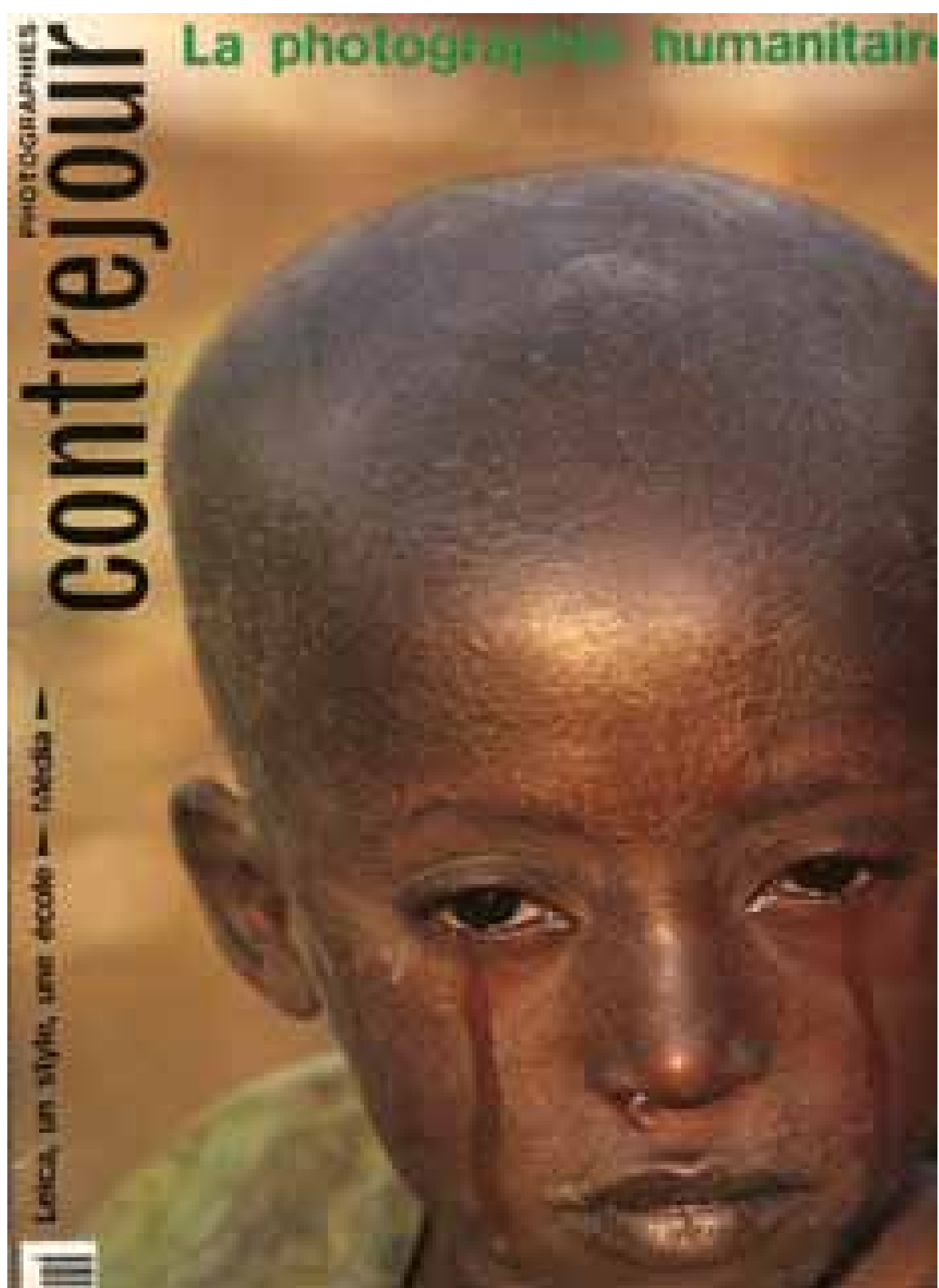


# Het bekritisieren van clichés 01

## FOTOGRAFEN



© DR



© DR

“Wie een foto neemt, verbindt zich met de dodelijke, kwetsbare, wankelende situatie van een ander wezen (of van een andere zaak). Het is precies omdat ze dit ogenblik uitknippen en bevriezen, dat alle foto's het vervliegen van de tijd vastleggen.”

Susan Sontag, schrijfster.



© DR

## KUNSTENAARS

“De lay-outverantwoordelijken van verschillende media (televisie, web) gebruiken vaak foto's om de mensen in slaap te wiegen. “Hé, maak daar eens een mooie roze vlek en doe daar wat blauw, plak er een fletse titel op en hop naar de drukkerij!” Ze beseffen zelf niet hoezeer ze de burgers in slaap wiegen. Laten we vooral geen opschudding veroorzaken, denkt men, en zo komt het dus dat onze maatschappij niet bereid is om na te denken over de betekenis van geschriften of beelden. Het lijkt me een goed idee om in scholen les te geven over de rol en de verantwoordelijkheid van beelden. Dat zou ons wakker kunnen houden in deze democratie die soms vergeet te reageren als vrijheden worden bedreigd.”

Plantu, perstekenaar.



➤ Maus, Art Spiegelman, 1991.



➤ Verdraaiing van het beeld van de bulldozer van Bergen-Belsen met Tony Blair en George W. Bush aan het stuur ter veroordeling van de oorlog in Irak.

Wanneer de pers gebruik maakt van schokkende beelden, doet ze dat op zo'n overdreven en sensationele manier, dat ze de beelden net banaliseert.



➤ Tekening van Vauro, verschenen in l'Unita, 1999.



# Het bekritisieren van clichés 03

## HUMANITAIRE ORGANISATIES

### AFGHANISTAN

Faut-il des images pour vous convaincre que les Afghans ont besoin d'aide ?

Depuis plus de 20 ans, les Médecins Sans Frontières portent secours au peuple afghan. Plus que jamais nous avons besoin de votre soutien. Aidez-nous à les aider.

Adressez vos dons à

Médecins Sans Frontières Afghanistan  
BP 2000 - 75011 Paris

ou appelez tout de suite

N° Indigo 0 825 832 832  
0,98 F TTC / MN



© Stichting Auschwitz Verzameling

We zijn omringd door beelden die het lijden tonen. In de jaren 90 werden hulporganisaties zich meer bewust van het feit dat ze de meest erbarmelijke slachtoffers vaak op een bedenkelijke manier etaleerden. Ze gingen daarom op zoek naar een andere manier om te communiceren.

In 1998 startte de vereniging Action contre la faim een affichecampagne met de slogan "Honger is een wapen dat jaarlijks 30 miljoen slachtoffers maakt". Op de affiche staat geen slachtoffer afgebeeld, maar een sardineblik gevuld met kogels. Zo'n beeld vraagt reflectie van de toeschouwer, die het verband moet leggen tussen de sardienen en de kogels (voedsel = leven; kogels = dood). Er werd een peiling uitgevoerd om de impact van de affiche op de toeschouwers te berekenen en op de eventuele giften. De resultaten waren negatief, en een nieuwe affiche toonde de lijfjes van twee uitgemergelde kinderen... doeltreffender!

Artsen zonder grenzen zette bijvoorbeeld mobiele tentoonstellingen op poten waar vrijwilligers vertelden over hun dagelijkse taken, zonder in voyeurisme te vervallen met schokkende beelden. De organisatie publiceerde eveneens affiches waarop geen slachtoffers te zien waren, maar die dan ook niet hetzelfde effect hadden op de giften.

Iedereen is zich bewust geworden van het proces. Zo brak het CCFD [Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement] met haar voorgaande reclamecampagnes en ontwikkelde het een nieuw concept met de slogan "Het Zuiden verdient meer dan clichés".



Met de vriendelijke toelating van de CCFD

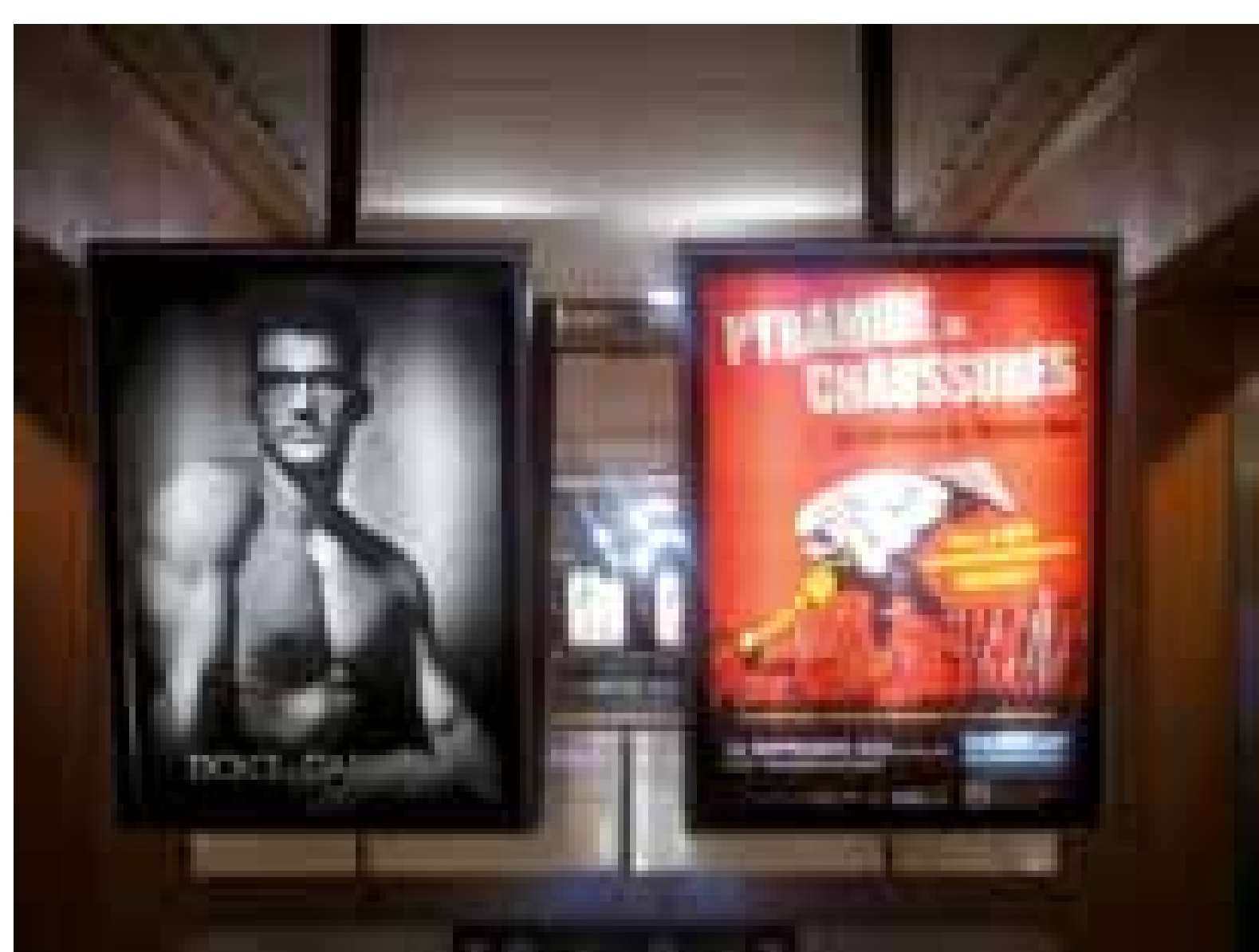
Met de vriendelijke toelating van de CCFD

# CONCLUSIE

## WAAROM RAKEN BEPAALDE BEELDEN ONS?

Omdat we er een vorm van lijden in herkennen waaraan onze opvoeding, in de brede zin van het woord, en onze cultuur - onze culturele opvoeding - al een betekenis gaven nog voor we met specifieke beelden werden geconfronteerd. Omdat we niet onverschillig staan tegenover de slachtoffers die men in beeld brengt (hoe zou dat ook kunnen, zeker wanneer het gaat om vrouwen en kinderen: kwetsbare wezens).

➤ Artikel over de hongersnood in Afrika verschenen in Die Zeit, 1999.



© Stichting Auschwitz Verzameling



© Stichting Auschwitz Verzameling

➤ Op billboards komen krachtige beelden van lijden te hangen naast krachtige beelden van schoonheid en geluk.



© Stichting Auschwitz Verzameling

Uiteraard is de emotie niet negatief op zich. Emotie is fundamenteel om evenwichtige relaties op te bouwen met onze naasten, om te functioneren binnen de maatschappij en als mens. Emoties zetten ons aan tot nadenken en brengen ons dichterbij datgene waarover we nadenken. Emoties zijn echter problematisch wanneer ze een doel op zich worden: de toeschouwers doen verdrinken in hun tranen, en daardoor het oordeel vertroebelen. Ze zijn ook problematisch wanneer ze worden aangewend om mensen om mensen te manipuleren (zoals propaganda dat doet).