

DAS INTERNET VERGISST NICHT

Facebook, Instagram und YouTube – die sozialen Netzwerke sind in unserer Gesellschaft angekommen. Und dazu gehören auch Erlegerbilder. Christine Fischer erklärt, was sie erzeugen.



Foto: Andreas Prott/AdobeStock

Meinungsbildung findet heute weitgehend im Netz statt. Immer mehr Medienkonsum wandert in den digitalen Raum ab. Social Media stellt die Institution der herkömmlichen Massenmedien infrage. Besonders im Fokus steht die Deutungshoheit über die Relevanz von Informationen. Diese wird heutzutage vor allem von den Anbietern der großen Suchmaschinen (Google) und sozialen Plattformen (Facebook, Youtube, Twitter etc.) beansprucht. Aus diesem Grund verlangen sie von uns einen bewussten und gezielten Umgang.

Erlegerbilder: Achtung!

Erlegerbilder haben Sprengkraft – nicht nur in der breiten Öffentlichkeit, sondern auch innerhalb der Jägerschaft. Auf Social Media gibt es keine Privatsphäre. Auch nicht in geschlossenen Gruppen. Unsere Inhalte werden auch immer außerhalb der jagdlichen Communitys gesehen und bewertet. Wir jonglieren dabei mit sensiblen und polarisierenden Inhalten. Der Umgang mit dem Tod und mit Waffen kann auf Nichtjäger durchaus verstörend wirken.

Am 23. Juni 2021 findet ein Online-Seminar mit Christine Fischer zum Thema „Jagd und Social Media“ statt. Anmeldung über die IJS.

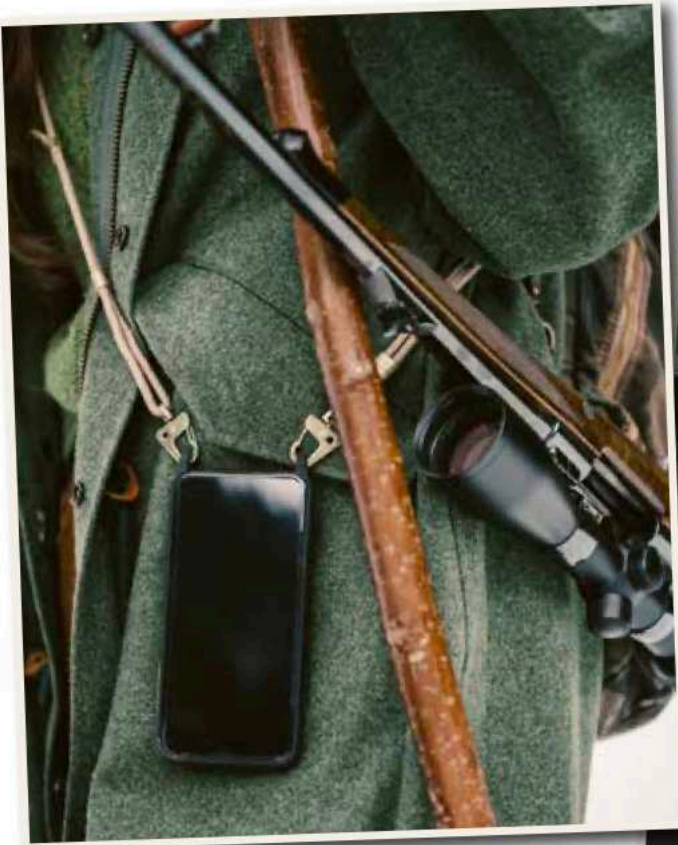
99,5 Prozent der deutschen Bevölkerung sind keine Jäger. Sie bestimmen aber über die Legitimation der Jagd in der Zukunft und somit über unser Schicksal. Das scheint gern vergessen zu werden. Besonders im urbanen Umfeld, wo die Naturentfremdung immer weiter zunimmt, ist Unwissenheit in Bezug auf Zusammenhänge in der Natur zur Normalität geworden. Dieser Trend wird sich weiterhin verstärken. Laut den Vereinten Nationen werden 2050 fast 70 Prozent der Weltbevölkerung im urbanisierten Lebensraum wohnen. Diese Menschen mit unseren Botschaften sowie unermüdlicher, faktenbasierter Aufklärung zu erreichen, ist eine der großen Herausforderungen, der wir uns stellen müssen. Das Einigen auf einen gemeinschaftlichen kommunikativen Konsens innerhalb der Jägerschaft ist von essenzieller Bedeutung, wenn wir damit erfolgreich sein wollen.

Wir machen es unseren Kritikern leicht. Wir selber sind es, die die Öffentlichkeit mit imageschädigenden Inhalten versorgen und für das jagdliche Zerrbild im Netz verantwortlich sind. Um es auf den Punkt zu bringen: Die große Zahl der Erlegerbilder festigt die oft falsche Außenwahrnehmung der jagdlichen Realität. Erlegerbilder ohne thematischen Kontext verzerren die Wechselwirkungen und Komplexität der jagd-

wirtschaftlichen Praxis und werden unserer umfassenden Verantwortung in keinsten Weise gerecht. Wir unterschätzen leider oft die Wirkung visueller Inhalte. Sie übernehmen eine wesentliche Funktion beim Übermitteln und Erklären von Informationen und Botschaften. Unser Gehirn kann sie um das 60.000-fache schneller aufnehmen als rein textliche Inhalte. Die Macht der Bilder ist heute unbestritten. Im Umgang damit dürfen wir nicht vergessen, dass wir alle eine kollektive Verantwortung tragen, wenn wir uns als Jäger im Netz präsentieren. Bereits ein einzelnes unpassendes Bild kann negative Auswirkungen auf das Image der Jagd und somit auf die gesamte Jägerschaft haben. So gesehen sind wir im Netz alle Botschafter für die Jagd. Diese Rolle sollten wir mit dem nötigen Verantwortungsbewusstsein und Fingerspitzengefühl ausfüllen.

Emotionen bestimmen die Algorithmen

Zuallererst muss uns bewusst sein, dass Erlegerbilder auf Nichtjäger komplett anders wirken als auf uns Jäger. Ihnen fehlen die persönlichen Eindrücke eines intensiven Erlebnisses. Was sie sehen, ist ein totes Tier – nicht mehr und nicht weniger. Dies erzeugt mitunter starke Emotionen. Sind diese dann noch gepaart mit Unwissenheit, kann das eine fatale Kombination sein. Sorgfältig ausgewählte



Das Smartphone ist immer mit dabei: Die entstandenen Bilder und Videos von Waffen oder erlegtem Wild lösen beim möglicherweise nicht jagenden Betrachter unterschiedliche Emotionen aus.

Jagdbilder sind deshalb so wichtig, weil es die Emotionen sind, die die Suchalgorithmen im Netz bestimmen. Alle Motive, die starke Gefühle – wie in diesem Fall Wut oder Hass – auslösen, provozieren viele Reaktionen in den sozialen Medien. Genau darauf sind die Algorithmen von Google, Facebook oder Youtube ausgelegt. Beiträge, die große Aufmerksamkeit erzeugen, werden in den Suchergebnislisten weit nach oben gebracht und prägen das Bild der Jagd nachhaltig. Die Social-Media-Nutzerverträge, denen wir beim Einrichten unseres Profils zugestimmt haben, sorgen zudem dafür, dass wir unsere geposteten Bilder nicht mehr zurückholen können. Das sollte uns zu denken geben.

Die entscheidende Frage, die jeder für sich beantworten muss, lautet: Welche Motivation steht hinter meinen Social-Media-Auftritten? Entscheidend ist, dass unsere Inhalte auch in der Öffentlichkeit einen positiven Eindruck der Jagd vermitteln sollten.

Dies gilt auch dann, wenn ein Bild allein für sich steht und nicht durch einen erklärenden Text ergänzt wird. Jeder jagende User sollte sich damit auseinandersetzen, ob sein Maibock nicht besser im privaten Fotoalbum aufgehoben ist anstatt auf Facebook oder Instagram.

Das bedeutet nicht, dass wir unser Handwerk verstecken müssen. Wir können unsere Passion selbstbewusst in die Öffentlichkeit tragen. Geeignete und authentische Inhalte, die wir über die sozialen Netzwerke transportieren können, gibt es genug. Als Anknüpfungspunkt

sollten wir unseren umfangreichen gesellschaftlichen Beitrag sehen, den wir tagtäglich leisten.

Wir haben es selbst in der Hand, welche Bilder die Öffentlichkeit mit der Jagd assoziiert. Wir sollten alles daransetzen, dass wir möglichst positive Emotionen auslösen. Wir Jäger im Netz haben dabei einen klaren Auftrag: Aufklärung anstatt Selbstdarstellung, ein verantwortungsvoller und sensibler Umgang mit Visual Content, Bereitschaft zum sachlichen und faktenbasierten Dialog! Packen wir es gemeinsam an. Es steht viel auf dem Spiel. ■

DIE AUTORIN



Christine Fischer

ist Akademische Jagdwirtin und hat sich auf das Thema Jagd und Social Media spezialisiert. Sie vermittelt es in der jagdlichen Ausbildung, über Vorträge und Fachartikel. Mehr dazu auf ihrem Blog www.hirschundco.com