

Gestaltete Vorstellungen vom Lebensende

Über die Neukonzeption von Palliative-Care- Bildwelten

Tina Braun

Einzelne Bilder oder auch umfangreichere Bildwelten gehören zu den zentralen Bestandteilen eines «Corporate Designs»¹ – sei es für kommerzielle oder nichtkommerzielle Unternehmungen und Institutionen. Bilder vermitteln dabei bestimmte Themen an die adressierten Zielgruppen und kommunizieren oftmals Inhalte, die schwer in Worte zu fassen sind. Auch Palliative-Care-Einrichtungen benutzen solche Bilder in unterschiedlichen Kommunikationsformaten, um deutlich zu machen, was eine Einrichtung leisten kann oder worin sie ihre Expertise sieht. Zugleich sollen die Palliative-Care-Bildwelten die schwierigen Themen Sterben und Lebensende auf eine angemessene Art und Weise kommunizieren.

Bisher sind die Bildwelten der Palliative Care weder in ihrer Wirkungsweise noch in ihrer Neugestaltung eingehend erforscht worden. Der vorliegende Beitrag soll deshalb aufzeigen, wie auf Basis von zwei umfangreichen Analysen vorhandener Bildmaterialien neue Bilder für die Palliative Care entstanden sind und welche Faktoren eine wichtige Rolle in der Neugestaltung spielten. Mittels dieser neu gestalteten Bildwelten wird untersucht, welche visuellen Erzählungen neue Zugänge zum Sterben und Lebensende eröffnen können.

Zur Einführung soll im Folgenden die allgemeine Verwendung von Bildern in Visueller Kommunikation und besonders in der Palliative Care kurz beleuchtet werden. Nach der Erläuterung der verwendeten Analysemethoden – «Visual Grounded Theory» und «rhetorische Designanalyse» – und der Befunde folgen Einblicke in die neu entwickelten Bildwelten. Es wird aufgezeigt, wie die Bildwelten in einer interdisziplinären Zusammenarbeit mit Fotograf:innen entstanden sind. Abschliessend wird dargelegt, wie die durch den Entstehungsprozess gewonnenen Erkenntnisse in die weitere Ausarbeitung der Bildwelten einfließen können.

Visuelle Kommunikation und deren Anwendungsbereiche in der Palliative Care

Unter dem Begriff «Visuelle Kommunikation» versteht man die Herstellung und Manipulation visueller Artefakte zum Zweck der Kommunikation.² Annina Schneller definiert «Visuelle Kommunikation», «Grafikdesign» oder «Kommunikationsdesign» nicht als Medien im engeren Sinn, sondern als den einzelnen Medien übergeordnete Tätigkeiten der grafischen Formgebung.³ Gemäss Schneller bezeichnet etwa «Visuelle Kommunikation» einen vermittelnden

- 1 Ein Corporate Design umfasst die visuelle und sprachliche Inszenierung einer Marke oder einer Institution und dient dazu, deren Identität und Werte sichtbar zu machen. Es ist neben der Corporate Identity und den Corporate Communications Teil eines Corporate Branding. Mit den Begriffen «Corporate Design» oder «Erscheinungsbild» ist im Bereich der Visuellen Kommunikation oftmals dasselbe gemeint.
- 2 Vgl. Annina Schneller: «Grafikdesign. Visuelle Überzeugungsarbeit zwischen digitaler Perfektion und dem Charme des Handgemachten», in: Arne Scheuermann und Francesca Vidal (Hg.): *Handbuch Medienrhetorik*, Berlin/Boston: De Gruyter 2017, S. 331–358.
- 3 Ebd., S. 334.

materiellen Gegenstand zwischen Gestalter:innen beziehungsweise Auftraggeber:innen und Betrachter:innen oder Nutzer:innen, der sich medial aber ganz unterschiedlich ausprägen kann: als Werbeplakat, Magazin, Informationsbroschüre, Visitenkarte, Wegweiser, Anzeigetafel, Buch oder auch Corporate Design. Diese Artefakte dienen der Vermittlung eines durch Auftraggeber:innen definierten Inhaltes. Der Inhalt kann auch die Visualisierung von Provokationen, Emotionen, Empfindungen, Stimmungen und Meinungen umfassen.⁴

Als «Visuelle Kommunikation» im Bereich von Palliative Care werden im Folgenden verschiedene Kommunikationsmaterialien wie Informationsbroschüren für Patient:innen und An- und Zugehörige, Webseiten, Visitenkarten oder Briefbögen bezeichnet. Diese Kommunikationsmaterialien, die entweder vor Ort bei den Einrichtungen erhältlich sind oder im Download-Bereich der Webseite der jeweiligen Institution zur Verfügung stehen, dienen der Information und Werbung für Hospiz- und Palliativversorgung. Die Gestaltung erfolgt bei grösseren Institutionen meist im Rahmen eines Corporate Designs. Das bedeutet, dass für die Institution ein Gestaltungssystem entwickelt wird, nach dessen Richtlinien die Grundlagen wie Typografie, Farben, ein Gestaltungsraster und Bildwelten für alle Kommunikationsanwendungen definiert werden. Gestalter:innen müssen sich bei der Entwicklung eines neuen Kommunikationsformats an diesen Richtlinien, die in einem Gestaltungsmanual festgelegt werden, orientieren. Dies soll die Wiedererkennbarkeit einer Institution gewährleisten, sodass Nutzer:innen der Kommunikationsmittel sofort die Absender:innen erkennen. Während grössere Institutionen oftmals solche Gestaltungsmanuals besitzen, kann es bei kleineren Einrichtungen im Bereich Palliative Care wie bei Hospizen oder ambulanten Palliativangeboten vorkommen, dass kein Gestaltungsrahmen für die Anwendungen definiert ist. Dann werden die Kommunikationsmaterialien ohne Vorgaben gestaltet.⁵ Ein typisches Anzeichen dafür ist beispielsweise, wenn sehr viele unterschiedliche Schriften verwendet werden oder wenn kein sichtlich erkennbares Gestaltungsraster zum Einsatz kommt. Dies kann dazu führen, dass die gewünschte Wiedererkennbarkeit nicht erreicht wird und keine benutzerfreundliche Leseführung der Informationen gewährleistet ist.

Auch bei der Verwendung von Bildwelten wird oftmals schnell deutlich, wenn sie willkürlich und nicht anhand eines Bildkonzepts entwickelt werden. Die möglichen Konsequenzen solcher heterogenen Bildwelten auf die Aussage von Kommunikationsmaterialien im Bereich Palliative Care werden im Folgenden diskutiert. Vorab soll kurz etwas Allgemeines zum Zweck von Bildwelten in der Visuellen Kommunikation gesagt werden.

4 Ebd.

5 Dies ist keine Besonderheit von Palliative-Care-Einrichtungen, sondern ist auch in anderen Gesundheitseinrichtungen häufig der Fall.

Martin Scholz betrachtet Bilder⁶ im Kontext von Visueller Kommunikation als Teil einer grösseren Gestaltungsaufgabe.⁷ In diesem Bezugsrahmen tragen Bilder oder Bildwelten zur Vermittlung von Inhalten bei und insbesondere zur möglichst fehlerfreien Kommunikation zwischen Auftraggeber:innen und Betrachter:innen. Sie sind «einzigartige – Kopieren ist verpönt – visuelle Äusserungen des Gestalters, der einen vom Auftraggeber definierten Inhalt dem Betrachter visuell vermitteln soll. Insofern sind diese Bilder notwendigerweise immer konkret (für einen Anlass), immer bestimmt (durch einen inhaltlich vorgegebenen Zweck) und immer überprüfbar (im Rahmen der Visuellen Kommunikation)».⁸ Ein geglücktes Bild überträgt für Scholz einen intellektuellen oder emotionalen Inhalt in eine zweidimensionale Form und ermöglicht eine betrachtungssubjektive und dem Thema zuträgliche Empfindung.⁹ Hierbei interpretiert die Bildgestaltung den Inhalt in bestimmter Weise, denn gestaltete Bilder zeigen Teile eines Themas und betonen ihre Relevanz. Zudem führt die Gestaltung nach Scholz emotionale Aspekte in die Betrachtungssituation ein, sodass die Rezipient:innen die Informationen nicht als Aussenstehende erhalten, sondern in das Bildgeschehen mit einbezogen werden.¹⁰

Bildwelten im Kontext von Palliative Care

Betrachtet man mit dieser Definition von Martin Scholz die Verwendung von Bildern oder Bildwelten im Kontext von Palliative Care, so wird deutlich, dass deren Zweck nicht in der reinen Information liegt, sondern dass sie eigens für die betroffenen Zielgruppen konzipiert und gestaltet wurden. Problematisch wird der Einsatz der Bildwelten jedoch, wenn sie nicht auf ihre rhetorischen Aussagen und Wirkungen untersucht werden – wie es oftmals bei Institutionen ohne gestalterische Vorgaben der Fall ist –, was zu konzeptlosen oder gar willkürlichen Verwendungen führen kann.

6 Im Rahmen dieser Untersuchung beziehe ich mich auf Martin Scholz und sehe das Bild im Sinne der Definition von Klaus Sachs-Hombach als eine «zeichenartige, materielle, artifizielle, relativ dauerhafte und visuelle Veranschaulichung eines (realen oder virtuellen) Sachverhaltes». Vgl. Martin Scholz: «Kommunikationsdesign», in: Klaus Sachs-Hombach (Hg.): *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2005, S. 335–348, hier S. 337. Zu dieser Definition möchte ich das Bildverständnis von William J. T. Mitchell ergänzen, der in der englischen Übersetzung des Begriffs «Bild» zwischen «picture» und «image» unterscheidet. Unter «picture» versteht er materielle Objekte, die man auch zerbrechen oder verbrennen könnte. Unter «image» versteht er etwas, das in einem «picture» erscheint und auch nach dessen Zerstörung weiterbestehen würde – im Gedächtnis, im Narrativ, in Kopien und als Spur in anderen Medien. Nach dieser Definition von Mitchell sehe ich Bilder in Bezug auf meine Analysen und in der Neugestaltung als «images». Vgl. William J. T. Mitchell: «Vier Grundbegriffe der Bildwissenschaft», in: Klaus Sachs-Hombach (Hg.): *Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des Visualistic Turn*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2009, S. 319–327, hier S. 322.

7 Vgl. Scholz: «Kommunikationsdesign» (wie Anm. 6), S. 337.

8 Ebd., S. 340.

9 Ebd.

10 Ebd.

Wenn eine Bildwelt ohne klare Richtlinien entwickelt wurde, ist dies z. B. an einer heterogenen Zusammenstellung von Bildern zu erkennen, die nicht aufeinander abgestimmt sind. Bilder mit unterschiedlichen Bildsprachen und Bildinhalten kommen zum Einsatz, die zwar wichtige Inhalte der Institution visuell vermitteln, jedoch keine klaren Absender:innen erkennen lassen.¹¹ Eine solche heterogene Verwendung von Bildern könnte etwa mit einem Text verglichen werden, der von mehreren Autor:innen geschrieben wurde, ohne dass noch klar ersichtlich ist, wer welche Teile verantwortet hat. So, wie ein solcher Text Verwirrung bei Leser:innen stiften würde, verhält es sich auch bei den Bildwelten: Ohne eine klare Zuordnung zu einer intendierten Aussage, deren Herkunft oder Absender:innen erkennbar sind, wird es schwierig, sensible Themen und Inhalte zu vermitteln.

Allerdings ist zu betonen, dass ein Gestaltungsmanual an sich noch keine ausreichende Voraussetzung für eine gelungene Bildwelt bietet. Auch wenn eine Institution in einem Bildkonzept wichtige Richtlinien wie Farbigkeit und Bildsprache der Bilder, fotografische Perspektiven, Verwendung von Schärfe und Unschärfe klar definiert, ist nicht immer gewährleistet, dass die Bilder ohne inhaltliche Zielkonflikte kommunizieren. Gerade bei Bildwelten zu den Themen Sterben und Lebensende braucht es, wie nun erläutert werden soll, eine intensivere Auseinandersetzung im Prozess der Gestaltung, um allfällige Problemstellen und Wirkungskonflikte zu vermeiden. Die Grundlage für die Neugestaltung von Palliative-Care-Bildwelten, die im Rahmen des Forschungsprojekts «Sterbesettings» entstanden sind, bildeten deshalb zwei umfangreiche Analysen zu vorhandenen Bildern aus diesem Bereich: einerseits zu einem Korpus von Stockfotografien und andererseits zu Bildern, die in Kommunikationsmaterialien von Palliative-Care-Einrichtungen Verwendung finden.

Bildanalyse von Palliative-Care-Stockfotografien mittels Visual Grounded Theory

Die erste Analyse war der Konstruktion von Sterberealtäten in Stockfotografien gewidmet, die mit dem Schlagwort «Palliative Care» versehen sind (siehe den gemeinsam mit Gaudenz Metzger verfassten Beitrag «Imaginierte Sterbewelten: Die visuelle Rhetorik von Stockbildern zum Thema «Palliative Care»», S. 126–151 in diesem Band). Der Bildkorpus umfasste 618 Stockfotografien, die in Online-Katalogen von vier grossen Bildagenturen gefunden

11 «Bildsprache» ist u. a. ein Begriff aus der Fotografie. Unter Bildsprache versteht man den Ausdruck eines Bildes im Kontext einer einheitlichen, konsequenten Sprache von Bilderserien, denen ein einzelnes Bild zugeordnet werden kann. Dies sind meistens Bilder im Sinne der konzeptionellen Fotografie, die anhand von durchgängigen Codes und Bezugsrahmen gestaltet sind. Um von einer «fotografischen Bildsprache» zu sprechen, bedarf es Serien von mehr als einem Bild. Eine einzelne Fotografie kann zwar zu einer Bildsprache gehören, nie aber eine eigene Bildsprache sein.

wurden. Dem methodischen Verfahren der «Visual Grounded Theory»¹² folgend, wurden die vier Bildthemen «Dasein», «Gelassenheit», «Empathie» und «Transzendenz» definiert, um darzulegen, wie Stockbilder Palliative-Care-Situationen idealisieren und eine werbetaugliche Vorstellung eines «gezähmten Todes» entwerfen.

Aus dieser Analyse ergaben sich folgende Erkenntnisse und Ansatzpunkte für die Neukonzeption und -gestaltung von Palliative-Care-Bildwelten: Die Themen Trauer, Angst und Verzweiflung als Teil von Sterbeprozessen werden kaum behandelt. Gezeigt wird primär ein Sterben im Beisein von Zu- und Angehörigen. Bilder, die z. B. das Motiv des Händehaltens in immer ähnlicher Form abbilden, suggerieren, dass niemand allein stirbt und jemand im wohl schwierigsten Moment des Lebens für einen da ist.

Die rhetorischen und stilistischen Mittel, die in den Bildern verwendet werden, helfen den Betrachter:innen, Gefühle von Angst und Unsicherheit zu verdrängen, die in der Konfrontation mit Krankheit und Tod aufkommen können. Dies geschieht vor allem durch die generische Visualisierung der Schauplätze und Protagonist:innen, die ohne wirkliche Identität dargestellt werden. Die Bilder lassen dadurch keine Identifikation bei den Betrachter:innen zu und geben kaum realistische Einblicke in die Umstände, die sowohl Patient:innen am Lebensende als auch ihre Zu- und Angehörigen erwarten.

Die Bilder reproduzieren gesellschaftliche Narrative des gesunden Alterns und Genderstereotype in der Care-Arbeit. Bei Pflegenden im Bereich Palliative Care können die Bilder den Eindruck erwecken, dass sie ihre Arbeit nicht optimal erfüllen, wenn sie nicht wie die Protagonist:innen in den Bildwelten stets lächelnd, emphatisch und gut gelaunt sind.

Die Stockfotografien zeigen Visionen eines «guten Todes», in welchen der Tod als sanfter Abschied und Möglichkeit religiöser Transzendenz erscheint, während individuelle Nuancen und Erfahrungen des Sterbens ausgeblendet werden, insbesondere negative wie Trauer oder Verzweiflung.

Bildanalyse von Palliative-Care-Bildwelten mittels rhetorischer Designanalyse

Die zweite Analyse befasste sich mit Kommunikationsmaterialien von Palliative-Care-Institutionen. Der Datenkorpus umfasste Beispiele aus über 60 Institutionen und Einrichtungen in der Schweiz, darunter drei Dutzend Webseiten, über 120 digitale und etwa 50 gedruckte Dokumente. Neben den Internetauftritten mit allgemeinen Informationen zur Palliativversorgung wurden Informationsbroschüren und Flyer für Patient:innen und Angehörige, Palliativversorgungskonzepte, Anmeldeformulare, Patientenverfügungen, Trauerbroschüren und Nachlassunterlagen berücksichtigt. Daraus ergaben sich über 200 Bilder.

12 Elke Grittmann: «Grounded Theory und qualitative Bildanalyse», in: Christian Pentzold, Andreas Bischof und Nele Heise (Hg.): *Praxis Grounded Theory. Theoriegenerierendes empirisches Forschen in medienbezogenen Lebenswelten. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*, Wiesbaden: Springer VS, 2018, S. 191–210.

Das Forschungsinteresse richtete sich auf weitere gestalterische rhetorische Elemente wie Typografie und Farben, mit denen die Palliative-Care-Institutionen ihre Inhalte vermitteln. Das Vorgehen orientierte sich an der Methode der rhetorischen Designanalyse nach dem Berner Modell.¹³ Dieses vierstufige Verfahren zur Bewertung gestalteter Artefakte macht sich die Tatsache zunutze, dass Design rhetorisch konstituiert und intentional ist, sodass rückblickend die verschiedenen Stilmittel der Arbeit bestimmt und gegenläufige Mittel aufgedeckt werden können. Die vier Stufen der Analyse sind:

- Formale Analyse: detaillierte Beschreibung der Materialien.
- Angenommene Kommunikationsziele: Überprüfung der Absicht des Kommunikationsmaterials.
- Zielkonflikte (Widersprüche): Aufzeigen von Aspekten, bei denen die Absicht der Kommunikation mit der Art und Weise, wie sie umgesetzt wird, in Konflikt steht.
- Rebriefing: Vorschläge, die die konzeptionelle Grundlage für eine Neugestaltung bilden.

Ein wichtiges Merkmal der rhetorischen Designanalyse besteht darin, dass sie nicht in erster Linie «gutes» oder «schlechtes» Design bewertet, sondern vielmehr untersucht, ob die Gestaltung in sich konsistent ist, ob sie die intendierten Wirkziele erreicht, ob sie rhetorisch angemessen kommuniziert und ob sie damit erfolgreich ist. Die Analyse erfolgt aufgrund der wahrnehmbaren Faktoren eines Artefakts beziehungsweise aufgrund des intersubjektiv feststellbaren visuellen (haptischen, olfaktorischen, akustischen) Eindrucks, den die Gestaltung bei Betrachter:innen oder Anwender:innen hinterlässt.¹⁴ Diese Methode wurde seit 2005 am Institute of Design Research der Hochschule der Künste Bern (HKB) entwickelt und verfeinert. Ihre Anwendung ist abhängig vom Wissen der Designpraktiker:innen und von den Kontextualisierungsfähigkeiten der Designwissenschaftler:innen.

Bei der Analyse der Bilder liess sich eine Reihe von Bildthemen identifizieren, die wiederkehrend auftreten. Dazu gehörten Pflanzen, Bäume, Seen und Flüsse; Pustebumen; Blüten und Schmetterlinge; Stege, die in einen See oder ins Meer führen; Leuchttürme; gestapelte Steine; Darstellungen von Mitarbeiter:innen im Feld, Pflegenden, Ärzt:innen sowie Sterbende und deren Angehörige; Abbildungen vom Händehalten; Sonnenuntergänge; Himmeldarstellungen, mit oder ohne Wolken; aufwärts führende Treppen; Wegweiser; Koffer.

Diese Bildthemen wurden in Folge von Tests mit unterschiedlichen Auslegeordnungen in drei übergeordnete Kategorien von Erzählungen zusam-

¹³ Vgl. Arne Scheuermann: «Die rhetorische Designanalyse und Buchanans «Design-Argument» – am Beispiel des Lego Star Wars AT-AT Walker 4483», in: *Rhetorik. Ein internationales Jahrbuch*, 2017, 36, 1, S. 109–128.

¹⁴ Annina Schneller: *Perfekt unperfekt. Elaboration und Imperfektion in der Rhetorik des Designs*, Berlin/Boston: De Gruyter, 2022, S. 261.

mengefasst, welche sich als Kommunikationsziele der jeweiligen Bilder identifizieren lassen:

- Kategorie 1: Naturbezogene Erzählungen
- Kategorie 2: Reisebezogene Erzählungen
- Kategorie 3: Menschenbezogene Erzählungen

Wie die später folgenden Beschreibungen der neu gestalteten Bilder zeigen werden, konnten die drei Narrative für die neuen Konzepte von Palliative-Care-Bildwelten nutzbar gemacht werden. Zuerst galt es aber, die Wirkungskonflikte im bestehenden Material zu analysieren. Dies geschah im punktuellen Austausch mit verschiedenen Designexpert:innen aus dem Umfeld der HKB und ergab u. a. folgende Befunde:

Die im medizinischen Kontext häufige Verwendung von kühleren Farben wie Grün, Blau und Grau kann als unterkühlt, trist und «businessmässig» wahrgenommen werden. Die Farbgebung weckte bei den an der Analyse Beteiligten verschiedentlich Assoziationen zu Begriffen wie «Bank», «Geld» oder «Kosten». Die Darstellungen von Reisetemen können bei den Betrachter:innen Verwirrung stiften, da sie teilweise wie Bestandteile von Urlaubsbroschüren wirken. Die dargestellten Beziehungen zwischen Patient:innen, Angehörigen und dem Pflegepersonal sind ähnlich wie bei den Stockfotografien stark inszeniert, wobei beim Thema Empathie auch wiederholt das Bild vom Händehalten erscheint. Erneut bleiben Themen wie Angst oder einsames Sterben ausgeklammert.

Auffallend ist die Heterogenität der Bilder zu den Themen Sterben und Lebensende. Manche setzen auf abstrakte Visualisierungen (Naturbilder), andere rücken den Fokus nah an den Menschen heran, und wieder andere versuchen mit Metaphern zu arbeiten (Treppen, Stege ins Wasser, jemand beleuchtet das Universum). Einzelne Bilder von Menschen, die einsam und verlassen in Naturkontexten gezeigt werden, können missverständlich im Sinne von Suiziddarstellungen aufgefasst werden (z. B. Fussspuren im Sand, eine Rollstuhlfahrerin am Steg). Die Palliative Care erscheint dann als selbst gewählter Weg in den Tod, sodass die intendierte beruhigende Wirkung von Naturbildern aufgelöst wird.

Zielsetzung der Neugestaltung von Palliative-Care-Bildwelten

Das übergeordnete Ziel der Neuentwürfe von Palliative-Care-Bildwelten war es, einerseits die Themen, die in den Analysen als fehlend identifiziert wurden, zu visualisieren, andererseits die Bilder, die Zielkonflikte gegenüber den gewünschten Aussagen darstellen, neu zu gestalten. Zudem war es bei der Neugestaltung der Bilder ein wichtiger Aspekt zu überprüfen, wie durch eine interdisziplinäre Zusammenarbeit von Visueller Kommunikation und Fotografie neue Zugänge zu den Themen Sterben und Lebensende geschaffen werden können und welche Ausgangslagen es dafür benötigt.

Aus den Befunden der zwei Bestandsanalysen ergaben sich für die Neugestaltung der Bildwelten eine Reihe von Zielsetzungen, um visuelle Alternativen für die identifizierten Lücken und Blind Spots der existierenden Bildwelten zu finden (z. B. Schmerzen, Angst, einsames Sterben). Diese sollten den identitätslosen und generischen Darstellungen von Stockfotografien zum Lebensende entgegenwirken. Die neu gestalteten Bilder sollten etwa persönlichere Erzählungen darstellen, mit denen sich die Betrachter:innen identifizieren können, und diese als Teil ihres eigenen (Lebens-)Alltags interpretieren. Ausserdem sollten die neuen Darstellungen weniger Angst vor dem Tod schüren und es allen Stakeholder:innen erlauben, eine persönliche Auseinandersetzung mit dem Thema zu führen. Für die bestehenden Themen der Palliative-Care-Bildwelten wie Natur- oder Reisedarstellungen galt es, eine neue Bildsprache zu finden, sodass aus dem bisher sehr heterogenen Bildmaterial, das Palliative-Care-Institutionen für ihre Kommunikationsmaterialien verwenden, stärker einheitliche oder ganz neue Erzählungen entstehen. In einer Testreihe wurde zusätzlich untersucht, welchen Effekt die Sichtbarkeit des Settings einer Palliative-Care-Einrichtung oder eines Hospizes auf die Aussagen der Fotografien hat, und wie dies die Wirkung der Fotografien und die Wahrnehmung zum Thema Sterben beeinflusst.

Interdisziplinärer Bildfindungsprozess an der Schnittstelle von Visueller Kommunikation und Fotografie

Die neuen Bildwelten entstanden seit 2021 in Zusammenarbeit mit den Fotografinnen Désirée Good, Sara Spirig und Mina Monsef. Neben den beiden Analysen und der daraus abgeleiteten Zielsetzung kam auch eine Bildsammlung zum Einsatz, die über eineinhalb Jahre hinweg angelegt worden war, um als visuelle Vorlage zu dienen. Diese Sammlung enthielt sowohl bestehende Bilder als auch neu mit den Fotografinnen erstellte. Durch Letztere sollten die Bilder einen Grad an Professionalität erhalten, der für ihre spätere Verwendung in prototypischen Anwendungen nötig ist.

Im Zuge der Erarbeitung der neuen Bildwelten fand ein intensiver Austausch mit den Fotografinnen statt. Hierbei dienten die beschriebenen Analysen, die Zielsetzung und die Bildersammlung als Grundlage für die Gespräche, in welchen mit den Fotografinnen die Herangehensweise an die neuen Bildwelten festgelegt wurde.

In dieser Konzeptphase wurde auch diskutiert, an welchem Ort die Bildsujets fotografiert werden sollten und wer als mögliche Models für die Fotoshootings infrage kommen könnte. Geklärt wurde dabei ebenfalls die Aufteilung der organisatorischen Arbeit, wie z. B. die Buchung eines Hotelzimmers, das als Setting für das Fotoshooting dienen sollte, die Beschaffung einer Rauchmaschine oder die Organisation des Materials für die Bildsujets, wie z. B. Blumen, die in verwelktem Zustand fotografiert werden sollten.

Ein wichtiger Punkt in diesen Besprechungen war, dass sie auch Raum für die Ideen der Fotografinnen zuließen und der Bildfindungsprozess in Diskussionen geschärft wurde. In dieser Arbeitsphase war der interdisziplinäre

Austausch besonders fruchtbar, um die Konzepte und Ideen der Bilder in die bestmögliche Visualisierung zu übersetzen. Für die Präzisierung der Themen dienten unter anderem Moodboards¹⁵ als visuelle Vorlage, mit denen die geplanten Bilder antizipiert und als mögliche Ausgangslage definiert werden konnten.

An den Shooting-Tagen waren Zeit, Ort, Models, Licht und die Bildidee zu organisieren. Trotzdem wurde an diesen Tagen der weitere Bildfindungsprozess in den Vordergrund gestellt, um auch hier Raum für Experimente und Zufall zu lassen. So entstanden in den Fotoshootings oftmals neue Bildideen, die weder durch die Diskussion der Analysen noch das bestehende Bildmaterial aus den Kommunikationsmaterialien hätten vorhergesehen werden können. Diese Ideen waren insofern das Resultat eines interdisziplinären Gestaltungsprozesses zwischen der Autorin, den Fotograf:innen und den beteiligten Models.

Konzeption und Entwurf der neuen Bildwelten

Die konzeptionelle Herleitung der Bildwelten orientierte sich an den drei bereits erläuterten Kategorien «Natur», «Reise» und «Mensch». Zahlreiche einzelne Motive wie «Sterben zu Hause», «Trauer» oder «Übergänge» – die in den Analysen als Blind Spots oder neu zu gestaltende Bildsujets identifiziert wurden – wurden nun in ihren fotografischen Umsetzungsmöglichkeiten und ihrer potenziellen Bildsprache eingehender diskutiert. Aus insgesamt zehn Fotoshootings resultierten schliesslich rund 300 Bilder. Einige der Motive, die unter den drei Kategorien näher fokussiert wurden, sollen nun erläutert werden.

Natur

«Blumen» (Abb. 1, S. 173)

Ein häufig gewähltes Bildsujet in Kommunikationsmitteln von Palliative-Care-Einrichtungen sind Blumen, die Trauer und Abschied visualisieren. Die analysierten Bilder und Materialien zeigen dabei meistens einzelne Blumen vor dunklem Hintergrund oder einen in eine Vase gestellten Blumenstrauss, wodurch Assoziationen zu Beerdigungen und Trauerfeiern ausgelöst werden. In der Neuinterpretation sollten die Themen Abschied und Trauer aufgenommen, jedoch der Kontext eines möglichen Sterbe- oder Trauersettings weggelassen werden. Das Konzept, ein Teil der Natur zu sein, kann auch so interpretiert werden, dass man sich noch als Teil des stattfindenden Lebens sieht. In den Bildern sollten somit die Konnotationen zur postmortalen Phase weniger explizit ersichtlich sein. Dazu wurden die Blumen vor farbigen Hintergründen fotografiert, und unterschiedliche Lichtfilter erlaubten es, vielfälti-

¹⁵ Unter einem Moodboard wird eine visuelle Vorlage verstanden, anhand derer man mit bestehendem Bildmaterial (Fotografien, Illustrationen o. Ä.) versucht, so nah wie möglich an die gewünschte Umsetzung eines Vorhabens zu kommen. Ein Moodboard ist demnach ein Stimmungsbild, das vorgeben kann, in welche Richtung sich eine visuelle Umsetzung entwickeln soll.

ge Atmosphären zu schaffen, die nicht direkt an Abschiedszeremonien erinnern. Durch den Einsatz verwelkter Blumen wurden Bedeutungsaspekte wie Übergang, Zerfall, Fragilität und Brüche visualisiert.

162

«Schmerz» (Abb. 2–3, S. 174–175)

Wie erwähnt verzichten die meisten Palliative-Care-Broschüren auf die Visualisierung von Schmerzen. Die Institutionen versuchen in ihren Kommunikationsmitteln vor allem das Versprechen auf Linderung von Schmerzen darzustellen. In Ergänzung dazu wurden Bilder konzipiert, die das Thema Schmerz auf eine abstrakte Art und Weise veranschaulichen. Die Bilder sollen es den Betrachtenden erleichtern, sich auf das Schmerzthema einzulassen, um Betroffene (Sterbende) besser in ihrer Situation verstehen zu können. Das Bild einer Person unter Wasser soll auf abstrakte Weise darstellen: «Unter Wasser sein» ist gemeint im Sinne von «Untertauchen», da man nicht weiss, wie man die Schmerzen erträgt. Das Bild kann aber auch als eine Darstellung von «im Schmerz ersticken» gelesen werden. Das Bild der Hand, die sich im Kissen vergräbt, zeigt wiederum eine direktere Übersetzung einer Situation, wenn man Schmerzen nicht mehr erträgt: Es ist gemeint im Sinne von «Halt suchen» oder auch «sich im Schmerz vergraben».

«Wieder ein Teil der Natur werden» (Abb. 4–5, S. 176–177)

Viele Kommunikationsbroschüren zum Thema Palliative Care beinhalten Naturdarstellungen wie z. B. Seen, Flüsse, Wälder oder Pflanzen. Diese machen den Bezug zur Palliative Care nicht immer auf den ersten Blick ersichtlich. Die Neuinterpretationen versuchen deshalb, das Sterbethema durch die Integration von Protagonist:innen zu visualisieren, um aufzuzeigen, was es bedeutet, sich selbst als Teil eines natürlichen Kreislaufs zu verstehen.

Reise

«Ungewissheit» (Abb. 6–7, S. 178–179)

Die Ungewissheit am Lebensende bildete ebenfalls eine Lücke in den analysierten Bildwelten. Dass Ungewissheit jedoch im Stationsalltag sehr präsent ist, zeigten Gespräche mit Pflegeexpert:innen und Stationsleitenden. Die Idee der Portraits war, das Thema «Ungewissheit» in Rauch zu übersetzen, als würden die Protagonist:innen in einem Nebel stecken, der sie nicht in die Weite blicken lässt. Auch diese Bilder sollen als Türöffner für Gespräche dienen, in denen sowohl Betroffene als auch deren An- und Zugehörige ausdrücken können, wie es ihnen geht und wie sie mit der Ungewissheit in ihrer Lebenssituation zurechtkommen.

«Das Leben als Reise betrachten» (Abb. 8–9, S. 180–181)

Die Erzählung «Das Leben als Reise betrachten» wird in den bestehenden Bildwelten von Palliative-Care-Kommunikationsmitteln oft verwendet. Dort wird diese Erzählung visuell jedoch meistens als Fussspuren im Sand oder mit einem Spaziergang auf einsamen Wegen übersetzt. Dies erinnert, wie er-

wähnt, nicht selten an Reisebroschüren und kann im Einzelfall auch Assoziationen von Suizid auslösen. Dagegen versuchen die neu konzipierten Bilder die Reise als Momentaufnahmen von alltäglichen Tätigkeiten zu zeigen. Sie sollen die Betrachter:innen dazu anregen, ihr eigenes Leben als Reise zu reflektieren.

163

«Übergänge» (Abb. 10–11, S. 182–183)

In den analysierten Kommunikationsmaterialien und in den Stockbildern werden Übergänge häufig als Situationen visualisiert, z. B. als Treppensteigen oder als Blick in den Himmel. Oftmals sind es sehr bekannte, klischierte Darstellungen. Die Idee der neuen Bildserie war es, den Übergang anhand von Nahaufnahmen unterschiedlicher Lebensmomente zu visualisieren, die ein Teil unserer Lebenswelt und in ihrer Darstellung auch einladend sein können.

Mensch

«Dasein» (Abb. 12–13, S. 184–185)

Das «Dasein» der Sterbenden wird im untersuchten Material meist im medizinischen Kontext einer Palliative-Care-Station gezeigt. Die Bilder machen in erster Linie spürbar, dass die Patient:innen nicht alleine sterben und jemand für sie da ist. Zugleich betont die Darstellung von Kanülen oder anderen medizinischen Geräten die Versorgung und macht den Kontext deutlich: Man ist nicht zu Hause. In der Neuinterpretation wird das Gesundheitssetting nur angedeutet, um zu zeigen, dass Sterbesettings auch im eigenen Zuhause oder in einem Hospiz gegeben sind.

«Alleine Sterben» (Abb. 14–15, S. 186–187)

Während die Kommunikationsbroschüren die Möglichkeit des einsamen Sterbens meist ignorieren, soll die Bilderserie zeigen, dass auch allein Sterbende im Umfeld einer Palliative-Care-Station gut versorgt sind. Die Bilder sollen den Betrachtenden die Angst vor der Einsamkeit nehmen und die Möglichkeit annehmbar machen, dass jemand allein sterben könnte.

«Auf der Station» (Abb. 16–17, S. 188–189)

Für die Bildserie «Auf der Station» war es ausschlaggebend, dass der räumliche Kontext, der bei solchen Bildern meist durch die Darstellung von Kanülen oder anderen medizinischen Gerätschaften sichtbar wird, in den Hintergrund tritt. Der Fokus wird auf die Protagonist:innen gelegt, indem nähere Ausschnitte in den Fotografien gewählt wurden und der Hintergrund bewusst ausgeblendet wurde.

«Verletzlichkeit und Fragilität» (Abb. 18–19, S. 190–191)

Die Themen «Verletzlichkeit und Fragilität» werden in den bestehenden Palliative-Care-Bildwelten kaum visualisiert. Die neue Bildserie geht auf Betroffene ein, die am Lebensende durch starke Schmerzen, aber auch eine verminderte Nahrungsaufnahme oftmals sehr geschwächt sind. Gegenüber

Stockfotografien zu Palliative Care, in denen die Patient:innen auf manchen Bildern noch mit einem Lächeln gezeigt werden, versuchen diese Bilder Aspekte der Lebenssituation von Betroffenen zu visualisieren, die am Lebensende als normal gelten sollten: Es ist normal, sich schwach zu fühlen und die Aufmerksamkeit des Umfeldes zu brauchen. Dabei werden die Protagonist:innen nie direkt gezeigt, um den Betrachter:innen dieser Bilder den Interpretationsspielraum offen zu lassen und die Möglichkeit zu geben, die Bilder auf ihre eigene Lebenssituation zu übertragen.

Kritische Reflexion der entstandenen Bilder

Die neuen Bilder sollen aufzeigen, wie Bildwelten zum Thema Lebensende und Sterben näher an der tatsächlichen Lebenswelt gestaltet werden können. Sie bieten erste mögliche Prototypen und werden in einem iterativen Designprozess – entsprechend «Research through Design»¹⁶ – im Feld weiterentwickelt und ergänzt. Für die weitere Ausarbeitung ist in diesem Prozess eine kritische Reflexion der Bilder ein wichtiger Schritt, um Hindernisse und noch nicht gelöste Zielkonflikte zu identifizieren. Hierzu sollen an dieser Stelle einige Ambivalenzen beleuchtet werden, die in der ersten Phase der Ausgestaltung noch nicht vollumfänglich gelöst werden konnten.

Ähnliche Bildwelten bei Gesundheitsinstitutionen

Die Fotografin Désirée Good resümierte im Verlauf der Arbeit, «dass es in dem Sinne keine stereotypischen Bilder vom Tod gibt. Man stellt sich in erster Linie vielleicht die Farbe Schwarz vor, wenn man an den Tod denkt, obwohl das eigentlich total irritierend ist. Und wenn man sich ein bisschen länger mit dem Thema beschäftigt, dann merkt man ja eigentlich, dass «Sterben» nicht unbedingt mit dem Tod, sondern auch mit dem Leben zu tun hat. Und da fächert sich dann eine «ganz grosse bildliche Welt» auf, die sich in jegliche

16 Die Methode «Research through Design» (RtD, dt. «Forschung durch Design») ist ein Forschungsansatz, der Designpraktiken und -methodologien mit traditionellen Forschungsmethoden verbindet. Der Schwerpunkt liegt auf der Schaffung von greifbaren Artefakten, Prototypen oder Designinterventionen als Mittel zur Gewinnung von Wissen und Erkenntnissen (Christopher Frayling: *Research in Art and Design*, 1993, 1, 1, London: Royal College of Art Research Papers, S. 1–5. / Alain Findeli: «Die projektgeleitete Forschung. Eine Methode der Designforschung», in: *Swiss Design Network Symposium*, HGK Basel, 2004, S. 41–51. / Wolfgang Jonas: «Research through DESIGN through research. A cybernetic model of designing design foundations», in: *Kybernetes*, 2007, 36, 9, S. 1362–1380. / Rosan Chow: «What Should be Done with the Different Versions of Research Through Design?», in: Claudia Mareis, Gesche Joost und Kora Kimpel (Hg.): *Entwerfen. Wissen. Produzieren. Designforschung im Anwendungskontext*, Bielefeld: Transcript, 2010, S. 145–158. / Klaus Krippendorf: *Die semantische Wende. Eine neue Grundlage für Design*, Basel: Birkhäuser, 2013. / Francis Müller: *Designethnografie. Methodologie und Praxisbeispiele*, Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2018. Die meisten Definitionen der Methode haben gemeinsam, dass sie Design als Prozess verstehen, in dem die Verbindung von Theorie und Praxis stattfindet. Die Methode «Research through Design» überbrückt die Kluft zwischen Theorie und Praxis durch die Integration von Designaktivitäten und wissenschaftlicher Forschung. Sie ermöglicht Designer:innen, theoretische Konzepte in realen Kontexten zu erforschen und zu testen und so empirische Beweise und Einsichten zu liefern, die sowohl die Designpraxis als auch die Theorie informieren.

Richtungen öffnen kann.» Good arbeitet seit mehreren Jahren als Fotografin für Gesundheitsinstitutionen. Zwar geht es bei vielen dieser Auftragsarbeiten nicht direkt um das Sterben, dennoch beobachtet Good, dass viele Gesundheitsorganisationen mit ähnlichen Bildwelten arbeiten und sich Briefings und Konzeptionen oft ähneln:

«Diese Gesundheitsorganisationen, die haben natürlich eine Marketingabteilung, und diese ist sehr stark verbunden mit verschiedenen Stationen im Spital. Und ich glaube, die Problematik ist eigentlich, dass diese Marketingabteilung wieder auf diese Kund:innen – im Sinne von Stationen – eingehen muss. Und jede dieser Stationen hat eine klare Vorstellung, was jetzt in diesen Bildern gezeigt werden muss oder sollte. Aber ich denke, oft haben diese Leute gar keine Erfahrung dazu, und das stellt vielleicht auch die Marketingabteilung in eine schwierige Situation. Für mich als Fotografin ist es ein Spagat, weil man verschiedene Themen abdecken und das in eine Bildsprache verpacken muss, die irgendwo in sich stimmig ist. Es geht dann auch viel um Informationen, Räume, Personen, Abläufe, die für mich in ihrer Aussage als Bild nicht unbedingt aufschlussreich sind. Ich denke, im Grossen und Ganzen bräuchte es viel mehr Zeit, um eine Bildwelt zu entwickeln.»¹⁷

«Narben ja, aber bitte nicht krank»

Im Gespräch mit der Studiomanagerin eines Labels für Pflegeprodukte zum Lebensende kommt eine Frage auf, die im bisherigen Prozess immer wieder im Raum stand, aber offen geblieben ist: Wie dürfen oder müssen Sterbende repräsentiert werden? «Was wir immer zu hören bekommen ist: Die Leute dürfen verlebt aussehen, aber nicht krank. Narben und Zeichnungen des Lebens sind kein Problem. Aber «krank» auszusehen, das geht gar nicht. Alt, aber hübsch. Wir haben mal die Kritik bekommen, dass die Models in unseren Bildern zu krank und nicht gesund aussehen. Zu jung dürfen sie auch nicht aussehen. Kinder dürfen nicht dargestellt werden.»¹⁸ Die Frage der angemessenen Repräsentation von Sterbenden ist weiterhin ein offener Punkt, der in der weiteren Bearbeitung der Bildwelten berücksichtigt werden muss. Hierfür müssen Lösungen erprobt und unterschiedliche Palliative-Care-Stakeholder:innen befragt werden, um Bilder zu finden, mit denen sich sowohl Sterbende als auch die Betrachter:innen identifizieren können.

17 Désirée Good, Fotografin der Bildwelten, Juni 2023.

18 Studiomanagerin eines Labels für Pflegeprodukte, Februar 2023.

Ein übergeordnetes Problem aller im Projekt neu erstellten Bildwelten war die oftmals fehlende Diversität. Der Grund hierfür lag in dem limitierten Budget, das für diese Arbeit zur Verfügung stand. Als Models agierten bisher Statist:innen aus dem persönlichen Umfeld der Beteiligten, denn die Buchung eines professionellen Models hätte circa 1000 Schweizer Franken pro Shooting gekostet, wobei die Nutzungsrechte zeitlicher und räumlicher Art nicht inbegriffen sind. Die gewünschte Diversität der abgebildeten Personen konnte deshalb auch bei den neu gestalteten Bildern noch nicht erreicht werden.

Diskussion und Ausblick

Die Neugestaltung von Palliative-Care-Bildwelten hat bisher wichtige Erkenntnisse geliefert. Zum einen hat sie dazu beigetragen, den Blick für die Problemstellen der Bilder zu schärfen und die damit verbundenen Herausforderungen zu identifizieren. Durch die neuen Bilder wurde aber auch sichtbar, dass schwierige Fragen wie z. B. die Darstellung von Sterbenden durch einen Neuentwurf von bestehenden Bildnarrativen und -motiven nicht vollständig gelöst werden konnten.

Bevor diese Bilder weiter ausgearbeitet werden können, ist deshalb eine intensive Befragung im Forschungsfeld nötig. Die bisherige Neugestaltung der Bildwelten ist ein Zwischenschritt, der nun verstärkt in Wechselwirkung mit der Rezeption aufseiten von Palliative-Care-Stakeholder:innen treten muss. Hierzu werden Interviews mit Palliative-Care-Expert:innen, Designer:innen, Kommunikationsbeauftragten und weiteren relevanten Personengruppen durchgeführt. Es gilt zu überprüfen, ob die geschilderten intendierten Bildaussagen in der Praxis funktionieren und wie die neuen Bildsprachen aufgenommen werden. Bei der weiterführenden Evaluation mit Palliative-Care-Expert:innen soll insbesondere auch untersucht werden, wie Bilder wirken, die mit verstärkter Abstraktion arbeiten und das Setting von Gesundheitsinstitutionen weniger explizit darstellen.

Nach Abschluss der Expert:innenbefragung wird der interdisziplinäre Ansatz an der Schnittstelle von Visueller Kommunikation und Fotografie weitergeführt. Die Aufgabe der zweiten Bearbeitungsphase wird darin liegen, die durch die Befragung definierten Problemstellen durch eine weitere gestalterische Überarbeitung in Form von weiteren Fotoshootings zu klären. Das Ziel bleibt die Entwicklung neuer Bildwelten für Palliative-Care-Einrichtungen, die in enger Zusammenarbeit mit Expert:innen entstehen und neue Zugänge zum Lebensende schaffen.

- Chow, Rosan: «What Should be Done with the Different Versions of Research Through Design?», in: Claudia Mareis, Gesche Joost und Kora Kimpel (Hg.): *Entwerfen. Wissen. Produzieren. Designforschung im Anwendungskontext*, Bielefeld: Transcript, 2010, S. 145–158.
- Clark-Ibáñez, Marisol: «Framing the Social World With Photo-Elicitation Interviews», in: *American Behavioral Scientist*, 2004, 47, 12, S. 1507–1527, DOI: 10.1177/0002764204266236 (zuletzt aufgerufen: 14.2.2024).
- Collier, John Jr.: «Photography in Anthropology. A Report on Two Experiments», in: *American Anthropologist*, 1957, 59, 5, S. 843–859.
- Findeli, Alain: «Die projektgeleitete Forschung. Eine Methode der Designforschung», in: *Swiss Design Network Symposium*, HGK Basel, 2004, S. 41–51, https://swissdesignnetwork.ch/media/erstesdesignforschungssymposium_2004.pdf (zuletzt aufgerufen: 14.2.2024).
- Frayling, Christopher: *Research in Art and Design*, 1993, 1, 1, London: Royal College of Art Research Papers.
- Grittmann, Elke: «Grounded Theory und qualitative Bildanalyse», in: Christian Pentzold, Andreas Bischof und Nele Heise (Hg.): *Praxis Grounded Theory. Theoriegenerierendes empirisches Forschen in medienbezogenen Lebenswelten. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*, Wiesbaden: Springer VS, 2018, S. 191–210.
- Harper, Douglas: «Talking about pictures. A case for photo elicitation», in: *Visual Studies*, 2002, 17, 1, S. 13–26, DOI: 10.1080/14725860220137345 (zuletzt aufgerufen: 14.2.2024).
- Jonas, Wolfgang: «Research through DESIGN through research. A cybernetic model of designing design foundations», in: *Kybernetes*, 2007, 36, 9, S. 1362–1380, DOI: 10.1108/03684920710827355 (zuletzt aufgerufen: 14.2.2024).
- Krippendorff, Klaus: *Die semantische Wende. Eine neue Grundlage für Design*, Basel: Birkhäuser, 2013.
- Mitchell, William J. T.: «Vier Grundbegriffe der Bildwissenschaft», in: Klaus Sachs-Hombach (Hg.): *Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des Visualistic Turn*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2009, S. 319–327.
- Müller, Francis: *Designethnografie. Methodologie und Praxisbeispiele*, Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2018.
- Prosser, Jon (Hg.): *Image-based Research. A Sourcebook for Qualitative Researchers*, London: Routledge, 1998, DOI: 10.4324/9780203980330 (zuletzt aufgerufen: 14.2.2024).
- Scheuermann, Arne: «Die rhetorische Designanalyse und Buchanans <Design-Argument> – am Beispiel des Lego Star Wars AT-AT Walker 4483», in: *Rhetorik. Ein internationales Jahrbuch*, 2017, 36, 1, S. 109–128.

- Schneller, Annina: «Grafikdesign. Visuelle Überzeugungsarbeit zwischen digitaler Perfektion und dem Charme des Handgemachten», in: Arne Scheuermann und Francesca Vidal (Hg.): *Handbuch Medienrhetorik*, Berlin/Boston: De Gruyter, 2017, S. 331–358.
- Schneller, Annina: *Perfekt unperfekt. Elaboration und Imperfektion in der Rhetorik des Designs*, Berlin/Boston: De Gruyter, 2022, DOI: 10.48350/164545 (zuletzt aufgerufen: 14.2.2024).
- Scholz, Martin: «Kommunikationsdesign», in: Klaus Sachs-Hombach (Hg.): *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2005, S. 335–348.

A solid pink vertical bar runs along the left edge of the page.

Gestaltete Vorstellungen vom Lebensende

Tina Braun

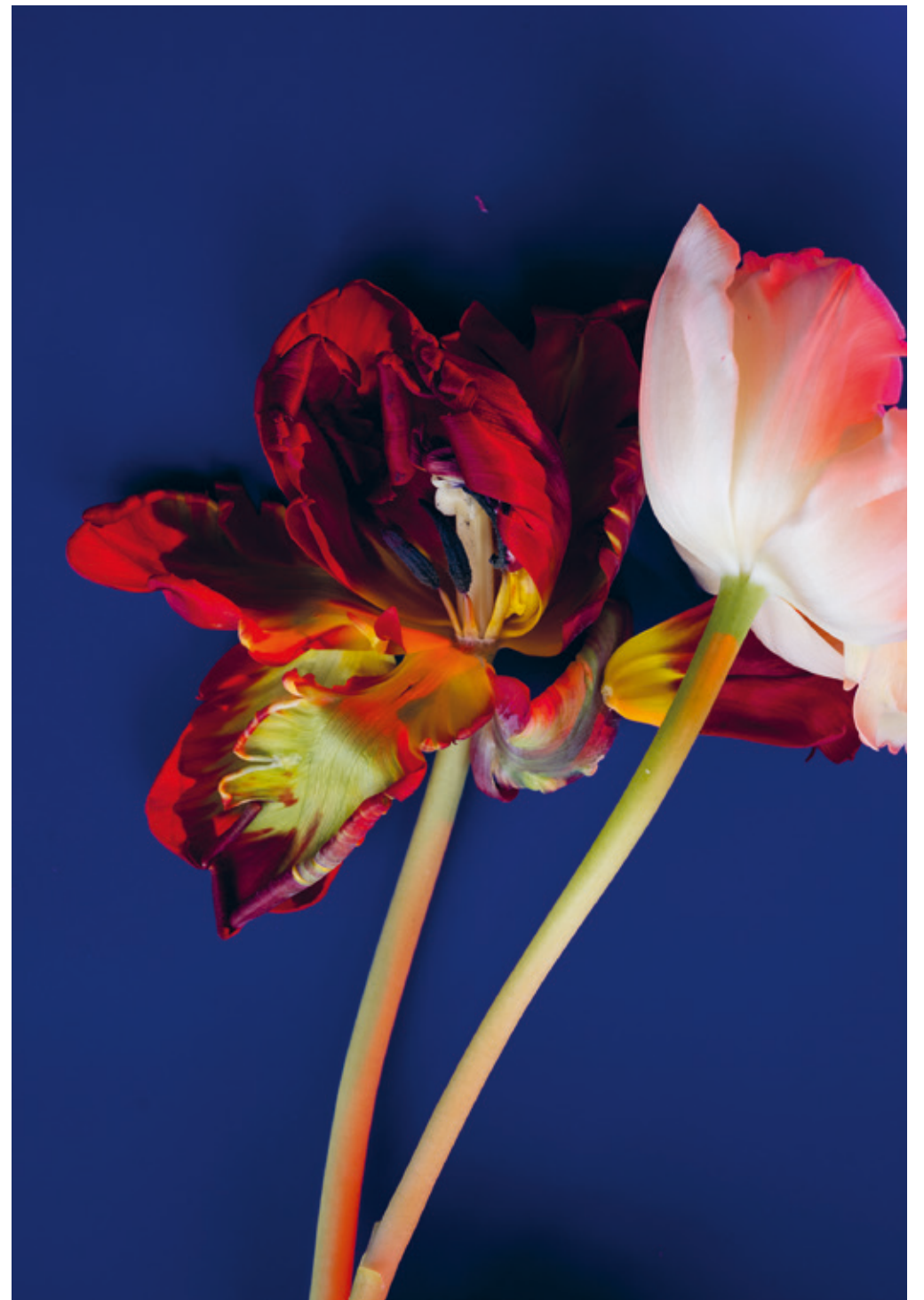


Abb. 1



Abb. 2



Abb. 3



Abb. 4

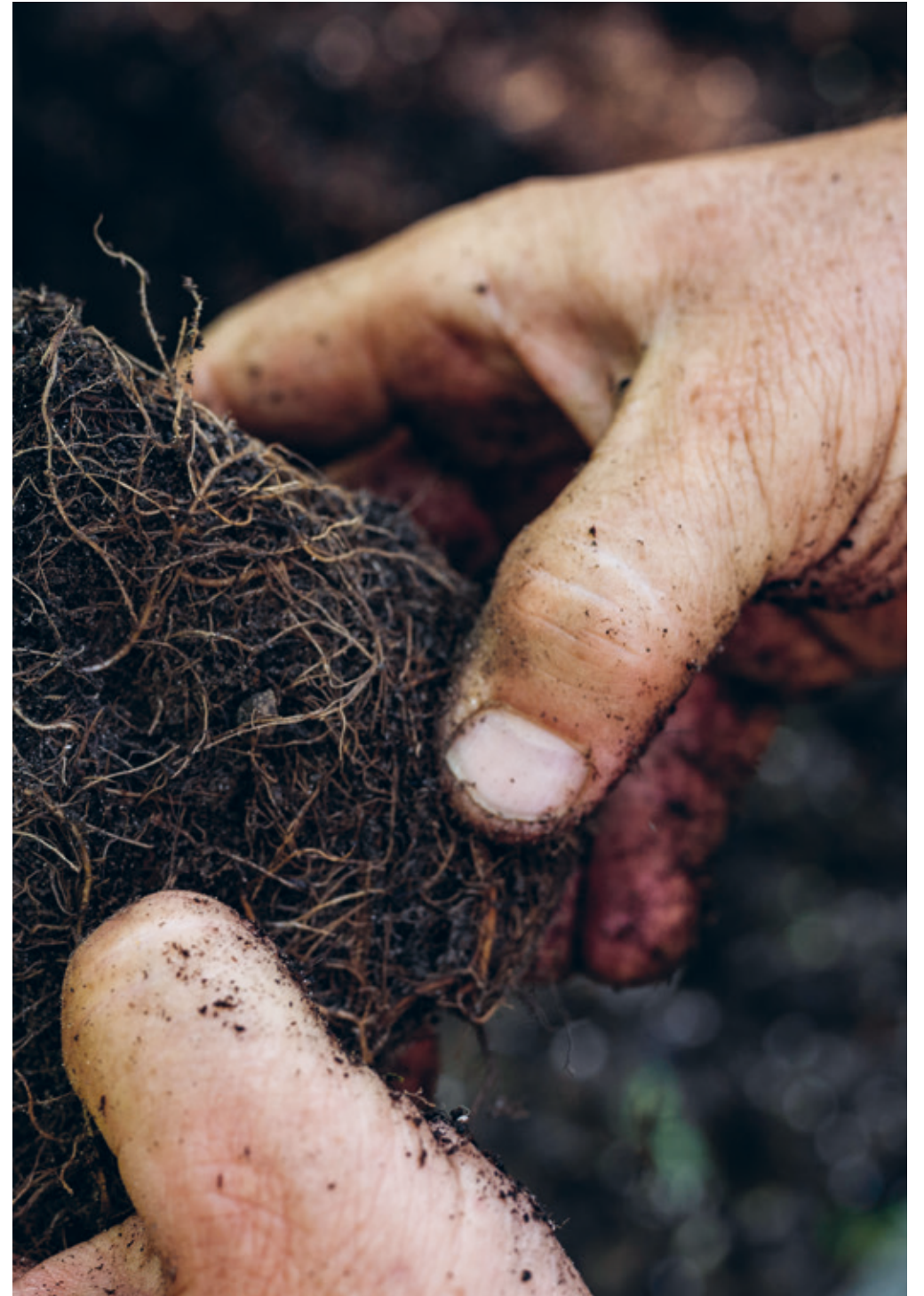


Abb. 5



Abb. 6

Gestaltete Vorstellungen vom Lebensende



Abb. 7

Tina Braun



Abb. 8



Abb. 9



Abb. 10

Gestaltete Vorstellungen vom Lebensende



Abb. 11

Tina Braun



Abb. 12



Abb. 13



Abb. 14

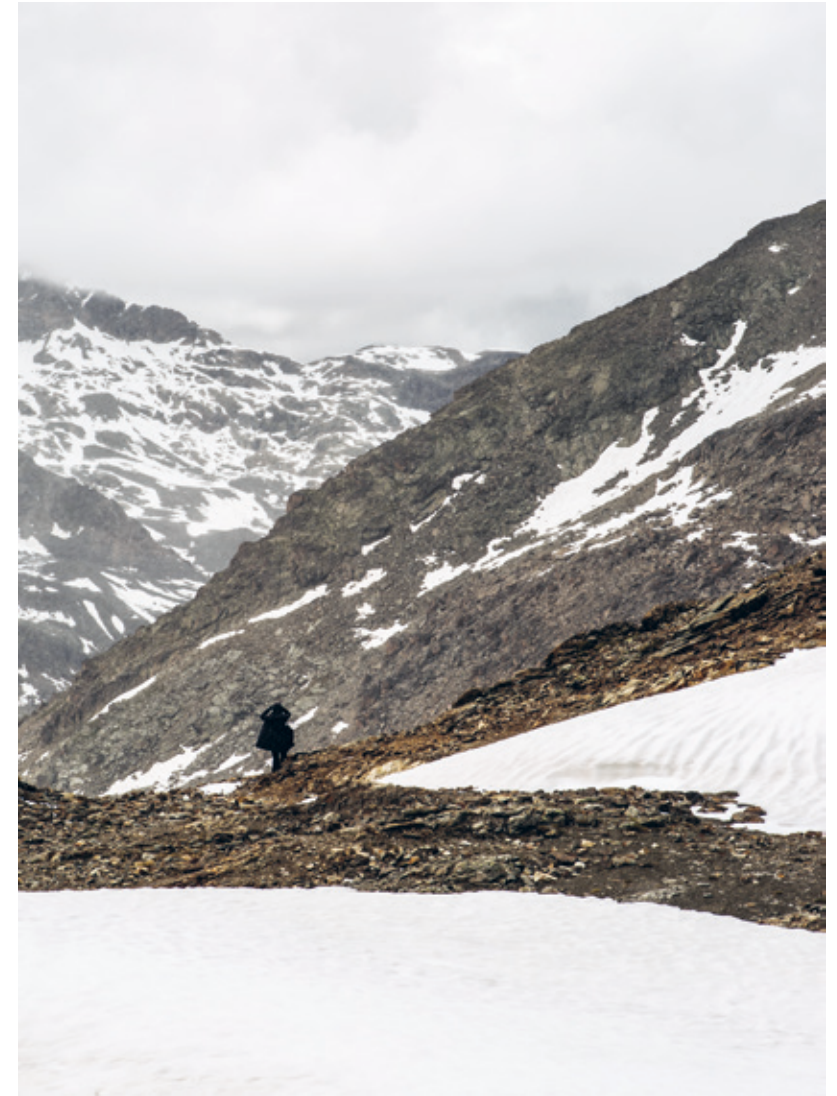


Abb. 15



Abb. 16



Abb. 17



Abb. 18

Gestaltete Vorstellungen vom Lebensende



Abb. 19

Tina Braun

Abbildungen



Abb. 1



Abb. 2



Abb. 3



Abb. 4



Abb. 5



Abb. 6



Abb. 7



Abb. 8



Abb. 9



Abb. 10



Abb. 11

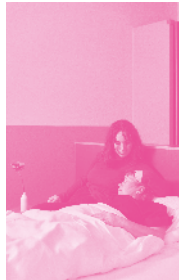


Abb. 12



Abb. 13



Abb. 14



Abb. 15



Abb. 16



Abb. 17

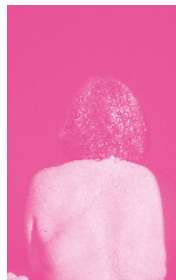


Abb. 18



Abb. 19

Abb. 1: Thema «Blumen» © Fotografie: Désirée Good, 2022.

Abb. 2: Thema «Schmerz» © Fotografie: Sara Spirig, 2022.

Abb. 3: Thema «Schmerz» © Fotografie: Désirée Good, 2022.

Abb. 4: Thema «Wieder ein Teil der Natur werden» © Fotografie: Désirée Good, 2022.

Abb. 5: Thema «Wieder ein Teil der Natur werden» © Fotografie: Désirée Good, 2022.

Abb. 6: Thema «Ungewissheit» © Fotografie: Désirée Good, 2023.

Abb. 7: Thema «Ungewissheit» © Fotografie: Désirée Good, 2023.

Abb. 8: Thema «Das Leben als Reise betrachten» © Fotografie: Désirée Good, 2022.

Abb. 9: Thema «Das Leben als Reise betrachten» © Fotografie: Désirée Good, 2022.

Abb. 10: Thema «Übergänge» © Fotografie: Désirée Good, 2023.

Abb. 11: Thema «Übergänge» © Fotografie: Mina Monsef, 2023.

Abb. 12: Thema «Dasein» © Fotografie: Sara Spirig, 2023.

Abb. 13: Thema «Dasein» © Fotografie: Sara Spirig, 2023.

Abb. 14: Thema «Alleine Sterben» © Fotografie: Sara Spirig, 2023.

Abb. 15: Thema «Alleine Sterben» © Fotografie: Désirée Good, 2022.

Abb. 16: Thema «Auf der Station» © Fotografie: Mina Monsef, 2023.

Abb. 17: Thema «Auf der Station» © Fotografie: Mina Monsef, 2023.

Abb. 18: Thema «Verletzlichkeit und Fragilität» © Fotografie: Sara Spirig, 2023.

Abb. 19: Thema «Verletzlichkeit und Fragilität» © Fotografie: Sara Spirig, 2023.