



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Der Fotograf als Kommunikator – das Bild als Kommunikationsmittel

**Eine theoretische Betrachtung der Relevanz
von Fotograf und Bild für die Kommunikationswissenschaft.**

Verfasserin

Dina El Massry, Bakk. phil.

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, Jänner 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei all jenen Menschen bedanken, die mich im Schreiben dieser Arbeit bestärkt, unterstützt und ermutigt haben.

In erster Linie gilt mein Dank Herrn *Professor Wolfgang Duchkowitsch* für die Betreuung meiner Magisterarbeit. Sein vielfältiges Wissen und die Bereitschaft, dieses Wissen auch weiterzugeben haben einen großen Teil zu dieser Arbeit getan.

Danken möchte ich auch jenen Menschen, die mich seit Beginn meines Studiums begleiten – meiner Familie.

Waltraud Loitzl – meiner lieben Mama – für die jahrelange Fürsorge und Unterstützung in allen Formen, wie ein Mensch nur von einem anderen Menschen unterstützt werden kann.

Hans Loitzl, meinem Opa, der es versteht, in schwierigen Fragen den Blick zu schärfen und beruhigende Worte zu spenden. Und meiner verstorbenen Oma *Burgl Loitzl*, die bereits in meiner Kindheit niemals den Glauben an mich verlor und heute eine sehr stolze Oma wäre.

Und nicht zuletzt meinem Lebensgefährten – *Marcus Hartmann* – für all den Zuspruch, das Verständnis und die Liebe, welche er mir entgegenbringt.

Ein besonderer Dank gilt auch *Herta Hajos* – für alles, was du mir in all den Jahren in Wien an Mut und Kraft gespendet hast!

Natürlich gilt mein Dank auch allen Freunden. Danke vor allem an Nora , Simone, Christine, Sonja, Norbert für eure Ohren, eure Worte und Hilfestellungen – ungeachtet der Distanzen, die uns trennen.

„Freundschaft, das ist wie Heimat.“ (Kurt Tocholsky)

Für meine Mama

Ich widme diese Abschlussarbeit meiner lieben Mama – Waltraud Loitzl.

Als eine mittlerweile erwachsen gewordene Tochter kann ich sagen, dass mir mit meiner Mutter nicht nur ein in jeder Hinsicht außergewöhnlicher Elternteil, sondern auch eine beste Freundin geschenkt wurde. Ungeachtet dessen, wo mich meine Wege hintragen – ich möchte sie nicht missen.

Sie machte mich zu dem, was ich heute bin.

Und dafür bin ich unendlich dankbar.

Hinweis im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung, wie z.B. TeilnehmerInnen, verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

Vorwort

„Aber die Beziehung der Sprache zur Malerei ist eine unendliche Beziehung; das heißt nicht, daß das Wort unvollkommen ist und angesichts des Sichtbaren sich in einem Defizit befindet, das es vergeblich auszuwetzen sucht. Sprache und Malerei verhalten sich zueinander irreduzibel: vergeblich spricht man das aus, was man sieht: das, was man sieht, liegt nie in dem, was man sagt; und vergeblich zeigt man durch Bilder, Metaphern, Vergleiche das, was man zu sagen im Begriff ist.“

(Michel Foucault 1966, zit. nach Schulz 2005, S. 7)

Menschen versuchen in Bildern zu sprechen. Wir erklären das, was wir sehen mit Worten – oder versuchen es zumindest. Wir glauben Bildern. Immerhin sehen wir sie ja mit eigenen Augen. Bilder machen uns zu Beobachtern. Sie eröffnen uns eine – zumindest vermeintliche – Realität, eine Wirklichkeit, der wir vertrauen, der wir glauben. Michel Foucault bezieht sich in seinem obigen Zitat auf die Malerei, welche zu späteren Zeiten (zumindest in ihrer Abbildungsfunktion – näheres dazu weiter in der Arbeit) weitestgehend durch die Fotografie ersetzt wurde. Doch ungeachtet dessen, wodurch Bilder entstehen, üben sie eine Faszination auf den Menschen aus. Bilder können fesseln, bannen und unseren Blick innerhalb dieser schnelllebigen Welt für einen Augenblick festhalten. Sie machen uns zu „Augenzeugen“, erzählen – oftmals gänzlich ohne Worte – ganze Geschichten und bleiben uns in Erinnerung und/oder erhalten Erinnerungen aufrecht. Bilder wirken sich auf unsere Stimmungen, Emotionen aus. All das kann nun sogar vom Laien, welcher sich nicht mit der Forschung, wissenschaftlichen Fragestellungen und Wirkungen auseinandersetzt, festgestellt werden. Bilder üben eine gewisse Macht aus. Macht kann hierbei sowohl als positiver als auch als negativer Faktor betrachtet werden – nicht selten wird die Macht der Bilder ausgenutzt, um Menschen in eine bestimmte Richtung zu drängen. Bilder sind also – nun auch von Seiten der medialen Kommunikation betrachtet – mehr als lediglich die Unterstreichungen von Text, der Farbtupfer, der Aufmerksamkeit anzieht.

Der Mensch wird geboren, ohne der Sprache mächtig zu sein. Es herrschen divergierende Meinungen darüber, ob nun die Sprachfähigkeit in einer genetischen Disposition liegt und uns entsprechend mit in die Wiege gelegt wurde oder ob alleine die Sozialisation innerhalb einer Familie – also einer Umgebung mit anderen Menschen – für die Sprachfähigkeit des Menschen verantwortlich ist. (vgl. Grewendorf 1999, S. 313 ff.) *„Bilder lassen sich zur Kommunikation verwenden, weil mit ihnen ‚Ideen‘ jenseits von Sprache und Schrift kommuniziert werden können, und das bedeutet einerseits, dass man sich damit gegenüber den Sprache und Schrift beherrschenden Erwachsenen abgrenzen kann, andererseits aber auch, dass hier ein alternativer Symbolvorrat zur Verfügung steht, weil Sprache und Schrift noch nicht umfassend beherrscht werden.“* (Mikos 2000, S. 7-8) Bereits – oder besser gesagt vor allem – als Kinder greifen wir also auf Bilder zurück, weil sie der Sprache (noch) nicht mächtig sind. Demnach müssten wir mit dem Spracherwerb und dem Übergang in ein erwachsenes Leben unsere Affinität zu Bildern ablegen. Da es keine wissenschaftlichen Belege für diese These gibt, sei diese hier im Raum stehengelassen und darauf verwiesen, dass zwar keine Verifikation für den Verlust visueller Kompetenz im Erwachsenenalter vorliegt, allerdings eine Vielzahl an Belegen für die Wirkung von Bildern auf Einstellungen, Verhaltensweisen und Emotionen vorhanden ist. Dies soll innerhalb dieser Arbeit weiter verfolgt werden.

Es zeigt sich also, dass vor allem Bilder für die menschliche Kommunikation eine wesentliche Rolle spielen. Dies trifft vor allem auf die interpersonale Kommunikation zu. Doch was uns in unserer alltäglichen Kommunikation derart einschneidend begleitet, kann auch für die massenmediale Kommunikation nicht unbedeutend sein. Diese Arbeit beschäftigt sich damit, welche Rolle die Fotografie - also die mit Hilfe von Licht auf einem Film (heute auch Sensor) gebannte Wirklichkeit für die menschliche Kommunikation spielt und welche Facetten bei Untersuchungen im Rahmen der Kommunikationswissenschaft zu beachten sind. Hierbei darf der Urheber dieser Abbildungen – der Fotograf – nicht außen vor gelassen werden. Wie sich in der Arbeit zeigen wird, können Bild und Urheber nicht isoliert voneinander betrachtet werden. Ein weiterer Faktor, welcher in weiterer Folge genauer beleuchtet werden soll, ist der Zweck des Bildes. D.h. aus welchem Grund wurde ein Bild angefertigt? Weshalb wurde ein bestimmter Bildausschnitt gewählt? Es wird sich zeigen, dass der Zweck, welcher hinter einer Fotografie steckt, einen wesentlichen Unterschied ausmacht –

sowohl in der Wahrnehmung von Ästhetik, in der Wahl der Motive, in der Farbwahl, und vieles mehr.

Die Ausführungen würden nun wesentlich zu weit greifen, wenn bereits im Vorwort die gesamte Relevanz von Bildern innerhalb der menschlichen (und auch medialen Kommunikation) ausgeführt werden würde. Zumal dies in diesem Ausmaß gar nicht möglich wäre. Aber mit diesem kurzen Umriss des Themengebietes dieser Arbeit soll dem Leser die Bedeutung dieses Bereiches für die Kommunikationswissenschaft deutlich gemacht werden.

Dina El Massry, Jänner 2014

Inhaltsverzeichnis

Danksagung.....	3
Widmung.....	5
0. Vorwort.....	9
Inhaltsverzeichnis	13
Abbildungsverzeichnis	15
Tabellenverzeichnis	17
1. Einleitung.....	19
1.1. Das Bild – Definitionen und Erklärungsversuche	20
1.2. Vorschau auf die Arbeit	25
2. Fotografie: Bild, Fotograf und Kamera	27
2.1. Geschichte der Fotografie	27
2.2. Fotografische Ausrüstung im Wandel der Zeit	35
2.3. Arten von Fotografie in der heutigen Zeit	39
2.4. Informationsfotografie vs. Kunstfotografie	43
2.5. Zusammenfassender Überblick	47
3. Fotografie in der (Kommunikations-)Theorie	49
3.1. Farbenlehre	49
3.2. Konstruktivismus	64
3.3. Gestaltpsychologie – Gestalttheorie	70
3.3.1. Visuelle Wahrnehmung allgemein.....	73
3.3.2. Aufmerksamkeit	77
3.4. Ästhetik	79
3.5. Ikonographie – Ikonologie	84
3.6. Semiotik	88

4. Bildbearbeitung: von Bildentwicklung zu Bildverfremdung	92
4.1. Bildverfremdung: Die Grenze zwischen Realität und Virtualität.....	92
4.2. Auswirkungen der Bildverfremdung der heutigen Zeit	95
4.3. Manipulation durch Bilder – Beispiel: Schönheitsideal	96
5. Medienethische Perspektive	98
5.1. Medienethik und Fotografie.....	98
5.2. Exkurs: Eine medienethische Diskussion zu Holocaust-Bildern.....	99
6. Zusammenfassung & Fazit	111
Quellenverzeichnis.....	117
Abstract.....	123
Lebenslauf.....	125

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:

Louis Jacques Mandé Daguerre – Erfinder des Daguerre'schen Verfahrens 28

Abbildung 2:

„Daguerrotype“ 28

Abbildung 3:

Sony Mavica 35

Abbildung 4:

Querschnitt einer Spiegelreflexkamera 36

Abbildung 5:

Die erste veröffentlichte Zeichnung der camera obscura im Jahre 1545 37

Abbildung 6:

Ordnung der Farben im Dreieck anlehnend an Goethe 50

Abbildung 7:

Ordnung der Farben im Kreis anlehnend an Goethe 51

Abbildung 8:

Reflektive Grundfarben und ihre Mischung 51

Abbildung 9:

Additive und subtraktive Grundfarben und ihre Mischung 52

Abbildung 10:

Farbkreis 52

Abbildung 11:

Komplementärkontrast zwischen Blau und Orange 55

Abbildung 12:

Das Bild als Bezeichnendes..... 90

Abbildung 13:

Kommunikationsmodell nach Shannon/Weaver 94

Abbildung 14:

Originalabbildung des Sonderkommandos..... 102

Abbildung 15:

Retuschierte Form von Abbildung 14 103

Abbildung 16:

Frauen laufen in die Gaskammer..... 105

Abbildung 17:

Der Himmel über Birkenwald 106

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:

Funktionsfarben	55
-----------------------	----

Tabelle 2:

Lieblingsfarben der Deutschen nach Heller	56
---	----

Tabelle 3:

Assoziationen von Farben hinsichtlich der Sinneswahrnehmung anlehnd an Behrens und Linxweiler.....	63
---	----

Tabelle 4:

Der Mensch als konstruierendes Wesen – Grundpostulat und dazugehörige Kollarien nach Kelly	68
---	----

Tabelle 5:

Überblick über Panofskys Dreischritteschema.....	86
--	----

1. Einleitung

Bereits das Vorwort konnte kurze Einblicke in das Geben, womit sich diese Arbeit beschäftigt und vor allem, warum sie das tut. „*Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.*“ *Dieses Sprichwort drückt eine tiefgreifende Erfahrung von uns Durchschnittsmenschen aus.*“ (Moos 2008, S. 7) In diesem Falle stammt das Zitat aus einem Buch für Computerprogrammierer – eigentlich einem Bereich, in dem man nicht vermuten möchte, dass neben Logik, Mathematik und Geradlinigkeit noch Platz vorhanden ist, um die Bedeutung des Bildes auf den Punkt zu treffen. Aber Moos weist darauf hin, wie nahe die bildliche Information unseren Verarbeitungswegen im Gehirn ist und wie viel an „Arbeits erleichterung“ visuelle Impulse bringen. (vgl. ebd.)

Die Sprachfähigkeit des Menschen und die Zeit, die es braucht, um dieser Sprache mächtig zu werden zeigt die Bedeutung des Bildes für die menschliche Kommunikation ebenso. Mikos (2000, S. 8) schreibt in Bezug auf die Relevanz von Bildern vor allem in der Kindheit: „... das bedeutet einerseits, dass man sich damit gegenüber den Sprache und Schrift beherrschenden Erwachsenen abgrenzen kann, andererseits aber auch, dass hier ein alternativer Symbolvorrat zur Verfügung steht, weil Sprache und Schrift noch nicht umfassend beherrscht werden. Kinderzeichnungen sprechen eine eigene ‚Sprache‘, sie sind nicht ohne weiteres von den diskursiv geprägten Erwachsenen entschlüsselbar, vor allem dann nicht, wenn die Dinge, die nicht zu sehen sind, für die Kinder eine große Bedeutung haben. Man lasse sich nur einmal von einem Kind erklären, dass auf dem von ihm gemalten Bild, das nur eine blaue Wasseroberfläche zeigt, in diesem Wasser der böse Hai wohne, der schon viele Menschen gefressen habe. Weit und breit kein Hai auf dem Bild zu sehen, aber es ist für das Kind das zentrale Element. [...] Sie (Bilder, Anm.) können das ausdrücken, was nicht gesagt werden kann.“ Er verweist hier auch darauf, dass Menschen sich mit zunehmendem Alter schwerer tun, mit Bildern umzugehen und begründet dies mit der zunehmenden Beherrschung der Sprache, die uns im Laufe unseres Lebens weiter von der visuellen in eine rationale Denkweise lenkt. (vgl. ebd.) Aber ungeachtet dessen, wie sich der Mensch, seine Wahrnehmung und Interpretation innerhalb eines Lebens verändern, ist die Bedeutung von Bildern innerhalb der Kommunikation unumstritten. Um die Qualität dieser Bedeutung zu klären, bedarf es umfassenden Untersuchungen in den unterschiedlichsten Bereichen unserer Kommunikation – eine Aufgabe, die diese Arbeit

nicht vollbringen kann – und will. Denn: für eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung ist es zwingend notwendig, sich vorab mit den vielen Facetten auseinanderzusetzen, welche Bilder innerhalb menschlicher Kommunikation tangieren.

Wenn wir von Bildern sprechen, beinhaltet dies aus Sicht der heutigen Zeit viele Dinge. Aus heutiger Sicht geht es nicht nur um die Malerei – das „Bild vom Bild“ ist heute wesentlich differenzierter. Es handelt sich wohl nach wie vor um die künstlerische, mit Pinselstrichen angefertigten Gemälde, Bleistiftzeichnungen, und dergleichen – allerdings haben sich mit der Zeit wesentlich mehr Arten herausgebildet, wie Bilder entstehen können. So ist die Fotografie – mit welcher sich diese Arbeit im Besonderen auseinandersetzt – ebenso eine Verbildlichung wie auch die computerisierte Bildentwicklung (man denke hier an rein fiktionale Grafiken, wie man sie beispielsweise in Präsentationen oder der Werbung betrachtet). Und auch hinsichtlich ihrer Funktionen haben Bilder – seit jeher – eine breite Palette an Zwecken. Ohne nun zu weit in die Materie einzusteigen und der Arbeit ihre Inhalte vorwegzunehmen, soll hier ein Verständnis dafür geschaffen werden, wie essentiell die richtige Verortung des für die Kommunikationswissenschaft relevanten Bildes ist. Die bisherigen Ausführungen haben verdeutlicht, wie vielfältig und weit umrissen dieses Themengebiet ist, sodass nun in weiterer Folge versucht werden soll, das in der Literatur vorhandene Sammelurium an Wissen zu Bild, Fotografie und Wirkungsweisen in eine Form zu bringen, die es erlaubt, dieses Phänomen mit dem Scheinwerfer der Kommunikationswissenschaft zu beleuchten.

1.1. Das Bild – Definitionen und Erklärungsversuche

Bevor nun der Weg der kommunikationswissenschaftlichen Aufarbeitung des Bildes als Kommunikationsmittel eingeschlagen werden kann, ist es notwendig, vor allem den Begriff des „Bildes“ in seiner Definition (bzw. seinen Definitionen – die Erklärungsansätze hierzu sind zahlreich) zu erfassen, um einen Einblick in das geben zu können, was ein Bild ist und welche Charakteristika es aufweist.

„Ein Bild ist eine zweidimensionale Fläche, die durch Linien, Farbabstufungen oder graduelle Helligkeitsabstufungen konturiert ist. Bedeutung haftet diesen Konturen an sich nicht an, sondern sie entsteht durch die Wahrnehmung des Betrachters. Die Be-

deutung muss decodiert werden. Ein Bild spiegelt zusätzlich Phänomene der natürlichen Umwelt wider.“ (Mayer/Pandel/Schneider 2009, S. 34) Hier findet sich also eine Definition des Bildes, welche die mentale Perspektive des Bildes vorerst ausblendet. Es wird die Dinghaftigkeit des Bildes betont. Allerdings sind Bilder in der heutigen Zeit oftmals nicht nur zweidimensional. Die Technik ermöglicht uns, Bilder in dreidimensionalen Räumen zu erschaffen – ja sogar bewegte dreidimensionale Bilder. Man denke hier an die Technologie der 3D-Filme und der mittlerweile existierenden und für den Durchschnittsverdiener leistbaren Geräte für zu Hause. Das Wesentliche hier ist allerdings die Aussage, dass Bildern an sich keinerlei Bedeutung eigen ist. Ein Bild kann demnach erst dann als Bild verstanden werden, wenn es einen Betrachter gibt, der es als Bild wahrnimmt. Mit dem Verweis darauf, dass Bilder gleichzeitig einen Teil unserer Wirklichkeit widerspiegeln entsteht ein Zusammenhang zwischen Bild und Wirklichkeit. Wie sich dieser Zusammenhang gestaltet bzw. erklären lässt, wird im weiteren Verlauf dieser Arbeit noch genauer ausgeführt. Auf eines sei hier allerdings verwiesen: Bereits Platon befasste sich mit diesem Zusammenhang und der Frage, in wie weit Bilder die Wirklichkeit abbilden können: *„Ein Bild sei das einem Wahren ähnlich gemachte solche“* (Platon „Sophistes“ 240a) Dies impliziert, dass ein Bild niemals „das Wahre“ – also die Wirklichkeit – sein kann, sondern sie immer nur abbildet. Wenn also *„alles Bild ist, was uns unter die Augen kommt, dann entzieht sich der Begriff einer sinnvollen Definition“* (Sachsse / Wagner 2012, S. 351)

Bleibt man hier in der Philosophie, könnte man den Kreis zu Lothar Mikos und seinen Ausführungen zur Bedeutung von Bildern im Verlauf eines Menschenlebens schließen: Aus philosophischer Sicht macht uns unsere Fähigkeit in Bildern zu denken erst zu Menschen indem wir durch sie auch fähig werden, eine Sprache zu lernen. (vgl. Kloock 1995, S. 158) Entsprechend bedeutet dies – vor allem für die vorliegende Arbeit – dass das Bild, wenn es darum geht, es als Kommunikationsmittel zu sehen, nicht lediglich als materielle Form eines Abbildes zu begreifen ist, sondern die mentale Form immer mitgedacht werden muss, da uns als Menschen vor allem unsere bildliche Vorstellungskraft auszeichnet.

Bei weiteren Definitionen ist es nun wichtig, die Grenzen zur Bildwissenschaft nicht zu überschreiten. Natürlich gibt es eine Vielzahl an philosophischen Betrachtungsweisen zum Begriff des Bildes – allerdings muss im Hinblick auf die Aufgabe dieser Arbeit darauf geachtet werden, den kommunikationswissenschaftlichen Fokus nicht zu

verlieren. Dies mag sich auch im weiteren Verlauf in Anbetracht der Größe dieses Themenfeldes als sehr schwierig herausstellen. Als Wesentliches sollte hieraus mitgenommen werden, dass Bilder sowohl dinglich als auch mental vorhanden sind. Dingliche Bilder setzen immer voraus, dass jemand sie mit Bedeutung belädt, was wiederum mit den inneren Vorgängen im Menschen zusammenhängt. Aber gleichzeitig erzeugen dingliche Bilder auch mentale Bilder – sei es in Form von Erinnerung, Schemata oder dergleichen weiter. Leimbacher differenziert hier sogar noch weiter aus: Er zählt insgesamt neun „Erscheinungsformen“ von Bildern auf. Das Bild als Grafik (Layout), das Bild als Grafik (Druck), das Bild als Stimmung und Verführung, das Bild als Erinnerung und Traum, das Bild im Auge, das Bild durch die Hand, das Bild als Erkenntnismittel, das Bild als Metapher – sich also ein Bild machen. (vgl. Leimbacher 2013, Kapitel „Die Bildfrage“)

Dazu kommt, dass das Bild an sich nicht als Kommunikator gesehen werden kann. Wie weiter oben schon beschrieben, kann das Bild lediglich als Medium gesehen werden. Der Urheber möchte bestimmte Informationen durch das Bild an einen anderen weitergeben. Die von Mayer et al. angesprochenen Formen, Farben, Linien haben keine Bedeutung.

Nun ist ein Bild mehr als eine Fotografie – allerdings kann jede Fotografie als Bild gesehen werden. Das vorliegende Schriftstück behandelt vorrangig die Fotografie – zumal in der heutigen Zeit vor allem in den Medien immer mehr Text durch Bilder – in diesem Fall eben Fotografien - ersetzt wird (vgl. Scholz / Helmbold 2005, S. 9).

Richard Bolton betont die Akzeptanz, welche der Fotografie bereits 1989 entgegengebracht wurde: *„We no longer need to argue for photography’s acceptance as a form of art. Since its invention, enormous personal and institutional energy has been devoted to legitimizing the medium; in fact, during most of key moments of modernist photography, the production of photography and the promotion of photography have been inseparable.”* (Bolton 1989, S. 9) Dass also Fotografie als Teil eine eigene Kunst an sich gesehen werden kann, welche nicht unbedingt mit der Malerei in Konkurrenz steht, kann man dort herauslesen. Allerdings ist es hier ebenso wichtig, eine Differenzierung zwischen dem gemalten Bild und der angefertigten Fotografie zu finden. Am deutlichsten wird dieser Unterschied im Englischen sichtbar. Man betrachte nur einmal die einfache Versprachlichung des Prozesses der Bildanfertigung: man hat ein

Bild gemalt – im Allgemeinen Englischen wird dies mit dem Wort „make“ im Präsens bzw. „made“ im Präteritum versprochen. In Bezug auf die Herstellung einer Fotografie wird allerdings das Wort „take“ bzw. „taken“ verwendet. Worin liegt nun dieser Unterschied zwischen diesen so ähnlich klingenden und auch in Wörterbüchern oft nahezu identisch übersetzten Worten, den der Direktor der Fotografieabteilung des Museum of Modern Art, John Szarkowski, ebenso betont: *„The invention of photography provided a radically new picture-taking process – a process based not on synthesis but on selection. The difference was a basic one. Paintings were made ... but photographys, as the man on the street puts it, were taken.“* (zit. nach Crimp 1989, S. 5) Eine Malerei wird also „gemacht“. Dies impliziert immer einen Teil einer handwerklichen Tätigkeit. Etwas wird „mit den Händen gemacht oder gefertigt“. Während eine Fotografie „genommen“ wird, was vor allem im Hinblick auf Szarkowskis Zitat als ein „aus der Wirklichkeit genommen“ bzw. „herausselektiert“ gesehen werden kann. Dieser Umstand lässt wiederum einen Schluss darauf zu (hinsichtlich dessen, was bereits eingangs dieses Kapitels im Hinblick auf den Zusammenhang zwischen Bild und Wirklichkeit erwähnt wurde), dass ein Bild augenscheinlich niemals die Wirklichkeit bzw. Realität widerspiegeln kann, sondern lediglich einen Teil dieser Wirklichkeit abbildet und erst durch den Betrachter, seine eigenen Erfahrungen, Sichtweisen, Einstellungen und dergleichen seine Bedeutung erlangt. Der in dieser Hinsicht erfahrene Leser wird hier den Konstruktivismus wiederfinden, welcher nicht nur im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Betrachtung von Bildern, sondern vielmehr in der Kommunikationswissenschaft an sich von wesentlicher Bedeutung ist und demnach im weiteren Verlauf der Arbeit einen ebenso wesentlichen Teil darstellt.

Kommunikationswissenschaftlich relevant ist nicht zuletzt der Informationsgehalt von bildlichen Darstellungen. Dies schließt nun nicht nur Fotografien ein, sondern gilt für Bilder aller Art gleichermaßen. Die Frage des Informationsgehaltes von Fotografien kann nun aus unterschiedlichen Perspektiven gesehen werden. Vorab muss erwähnt werden, dass auch Fotografie nicht gleich Fotografie ist. In der Literatur zeichnen sich schier unzählige Arten der Fotografie ab – entsprechend unterschiedlich ist auch der Zweck der in der jeweiligen Form produzierten Bilder. Der Zweck des Bildes schließt bereits einen Teil der Information mit ein, welche vom Kommunikator – in diesem

Fall der Fotograf – zum Rezipienten – hier der Betrachter des Bildes – übermittelt werden soll. Als grobe Unterscheidung der Arten von Fotografie soll hier vorerst die große Zweiteilung zwischen Kunst- und Pressefotografie angeführt werden. Ohne an dieser Stelle genauer darauf einzugehen, was diesen beiden Richtungen eigen ist und was sie verbindet, kann sich der Leser hier vorerst durch die eigene Fantasie leiten lassen, welche Unterschiede der Zweck einer Fotografie mit sich bringt. Die Aufarbeitung der Fragen, die alleine mit dieser Kategorisierung (welche – wie sich noch zeigen wird – wirklich sehr vereinfacht und grob dargestellt ist) auftauchen, wird in weiterer Folge mit eine der Aufgaben dieser Arbeit sein.

Michael Freeman – Fotograf (unter anderem der Zeitschrift *Smithsonia*, *GEO*, *Time-Life Book* und andere) und Autor – weist darauf hin, dass Fotografie selbst als Massenmedium gesehen werden kann. Als Grund hierfür erwähnt er die mögliche Quantität der Fotografie, welche auch gleichzeitig für ihn das wichtigste Abgrenzungskriterium zur Kunst ist. (vgl. Freeman 2007, S. 129) Er erwähnt unter anderem, dass es vor allem die Kamera ist, die schon alleine technisch schon mehr als geeignet dafür ist, visuelle Information aufzunehmen und zu präsentieren. (vgl. ebd.) In Bezug auf Freeman muss angemerkt werden, dass er hinsichtlich der Definition eines „Massenmediums“ eine andere Anschauung vertritt als jene, die in der Kommunikationswissenschaft vorherrschend ist. Um die Fotografie an sich als Medium begreifen zu können, fehlt es aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht im Hinblick auf Ulrich Saxers Mediendefinition der Institutionalisierung und Organisation. (vgl. Burkart 2007, S. 39 ff.) Zwar transportieren Bilder und Fotografien Information, allerdings handelt es sich hierbei um keine Institutionen an sich. Im Gegenteil. Kommunikationswissenschaftlich gesehen, werden Bilder innerhalb von Medien verwendet und können bzw. müssen daher als Kommunikationsmittel gesehen werden, welche in Medien nach kommunikationswissenschaftlicher Definition (eben beispielsweise Zeitungen, Zeitschriften oder heute auch Online-Medien) verwendet werden, um bestimmte Inhalte zu unterstreichen, darzustellen, verständlicher zu machen.

Die Wahrnehmung von Bildern soll innerhalb dieser Arbeit ebenfalls zum Thema gemacht werden. In kommunikationswissenschaftlichen Untersuchungen interessieren oftmals Medienwirkung, Werbewirkung, Aufmerksamkeit und eben die Art der Wahrnehmung. In Kombination mit Bildern spielt die Wahrnehmung eine wesentliche

Rolle – vor allem im Hinblick auf die Unterschiede in der Wahrnehmung zwischen Bild und Text. Betrachtet man die Einschätzung von Rezipienten selbst, ist deutlich zu sehen, dass Menschen denken, für das Verstehen von Bildern einen geringeren kognitiven Aufwand betreiben zu müssen als für das Verstehen von Texten – dies ist auch mit den wissenschaftlichen Erkenntnissen zu Bildverstehen, Bildkompetenz und Wahrnehmung in Einklang zu bringen. (vgl. Geise 2011, S. 107). Gleichzeitig verweist Geise allerdings auch darauf, dass durch diesen Umstand Persuasion erst möglich gemacht wird. (vgl. ebd.) Menschen verstehen also Bilder, ohne über den Umweg der Sprache gehen zu müssen. Der Aufwand ist also geringer – er verläuft „automatischer“. Diese fehlende Kognition in der Verarbeitung von Bildern lässt allerdings auch Lücken für Beeinflussungen zu, die wir nicht bewusst wahrnehmen. Diese Tatsache ist vor allem in Bezug auf die Werbung der heutigen Zeit wichtig – Persuasion ist hier ein bedeutsames Schlagwort. *„Die normale Aufmerksamkeitsspanne für Bilder ist generell 7/10 Sekunden lang, danach entscheidet sich die Frage der Zuwendung...“* (Sachssee / Wagner 2012, S. 350)

Der letzte Absatz lässt bereits vermuten, dass es innerhalb (vor allem der psychologischen) Literatur eine Menge an Befunden zur (Bild-)Wahrnehmung gibt. Diese Befunde sollen in weiterer Folge dieser Arbeit zur Kommunikationswissenschaft in Bezug gesetzt werden.

1.2. Vorschau auf die Arbeit

Das erste Kapitel beschäftigt sich nun damit, einen allgemeinen Überblick über die Themenstellung der Arbeit zu liefern. Dass sich der Leser ein besseres Bild davon machen kann, was ihn nun in den weiteren Kapiteln erwartet, folgt nun noch eine kurze Beschreibung der weiteren Aufarbeitung des Themas.

Im nächsten – zweiten – Kapitel dieser Arbeit geht es um die Auseinandersetzung mit Bild, Fotograf und Kamera. Hierbei soll nicht nur auf die Geschichte der Fotografie eingegangen werden, sondern vielmehr auch darauf, wie man Fotografie innerhalb der Kommunikationswissenschaft fassen kann bzw. könnte, indem versucht wird, eine

Kategorisierung zu entwerfen, die die Unterscheidung und Untersuchung der gängigen Fotografiestile und deren Funktionen für die heutige Kommunikationswissenschaft erlaubt.

Im dritten Kapitel soll es darum gehen, die Fotografie mit bestimmten – auch innerhalb der Kommunikationswissenschaft wesentlichen – theoretischen Teilgebieten und Konstrukten in Verbindung zu bringen. Hier wird mitunter die Interdisziplinarität der Kommunikationswissenschaft erneut deutlich – die hier verwendeten Ansätze reichen von der Psychologie, über die Bild- und Kunstwissenschaft, bis hin zu Philosophischen Ansätzen.

Kapitel Nummer vier beschäftigt sich mit den Bearbeitungs- bzw. Manipulationsmöglichkeiten von Bildern in der heutigen Zeit und auch damit, welche Folgen diese Manipulationen für Rezipienten und damit die Gesellschaft haben können. Natürlich ist „Manipulation“ hier als Begriff negativ konnotiert. Was allerdings nicht bedeutet, dass jegliche Bildbearbeitung negativ auszulegen ist.

Im inhaltlich letzten Kapitel soll die Perspektive der Medienethik aufgegriffen werden. Bilder zeigen – wie bereits das erste Kapitel mit der Geschichte der Fotografie deutlich aufzeigt – oftmals Personen. Aber auch Erschreckendes wird abgebildet. In wie weit solche Abbildungen gerechtfertigt, gewünscht oder sogar gefordert werden (können), wird innerhalb dieses Kapitels angeschnitten. Eine Diskussion diesbezüglich kann kein Ende finden. Dennoch soll hier der Versuch geschehen, aufzuzeigen, wie medienethische Diskussionen hinsichtlich der Fotografie und ihren Produkten aussehen kann.

2. Fotografie: Bild, Fotograf und Kamera

Nachdem nun einleitend ein grundlegender Überblick über die Thematik dieser Arbeit geliefert wurde, beschäftigt sich dieses Kapitel mit der Fotografie im Allgemeinen, ihrer Geschichte, der dahinterstehenden Technik, der Person des Fotografen, den Zwecken und Funktionen der mittels der erwähnten Techniken entstandenen Bilder und dementsprechend den unterschiedlichen Arten der Fotografie.

Fotografie – Definition laut Duden: Verfahren zur Herstellung dauerhafter, durch elektromagnetische Strahlen oder Licht erzeugter Bilder. (vgl. Duden 7. Auflage) Eine sehr nüchterne Definition, die mehr wissenschaftlich als künstlerisch klingt. Aber sie sagt das aus, worum es sich handelt. Die Fotografie beschreibt weitestgehend den Prozess der Entstehung von Bildern – nämlich technisch. Die qualitativen Aspekte der Fotografie werden hierbei ausgeblendet. Brian Coe zitierte den berühmten Fotografen Cartier-Bresson: *„Fotografieren scheint leicht zu sein, in Wahrheit aber ist es ein variationsreicher und vielseitiger Prozess, und die, die sich damit befassen, haben nur eine einzige Gemeinsamkeit – das ist ihr Instrument.“* (Coe 1983, S. 7) Für den Durchführenden ist Fotografie oftmals mehr als die Technik. Wobei es hier natürlich zu erwähnen gilt, dass Fotografie manchmal auch nur den ihr durch die Duden-Definition gegebenen Zweck verfolgt. Die wesentliche Frage, welche sich hier stellt, ist immer das „Warum?“.

Im Wesentlichen soll es in diesem Kapitel darum gehen, die Fotografie näher zu beleuchten. Dies schließt nun vor allem ihre Geschichte ein, um die sich der nächste Abschnitt dreht.

2.1. Geschichte der Fotografie

Die Geburtsstunde der Fotografie liegt in der Mitte des 19. Jahrhunderts. Am 7. Jänner 1839 erging der erste Bericht über ein Verfahren „mit dem wirklichkeitsgetreue Lichtzeichnungen herzustellen seien“ an die französische Akademie. Als Namen dafür hatte man zur damaligen Zeit den Begriff des „Daguerre’schen Verfahrens“ verwendet. Der Begriff der „Photographie“ wurde seit März 1839 verwendet. Das Wort

„Fotografie“ bzw. „Photographie“ entstammt dem Griechischen: „photo“ bedeutet „Licht“, „graphein“ bedeutet „schreiben“. (vgl. Häußler 2004, S. 15)

Allerdings wurden die Grundsteine für den endgültigen Durchbruch der Fotografie bereits wesentlich früher gelegt. Bereits Leonardo DaVinci legte den Grundstein für das Verständnis, dass das Auge wie eine Kamera funktioniert (Prinzip der Camera obscura) und bereits im 16. Jahrhundert entstand die erste Linse – wohlgeformt bereits gewölbt und geschliffen. Allerdings dienten solcherlei Linsen vorerst nicht für dauerhafte Lichtbilder, sondern wurden eher als „Spiegel“ (beispielsweise Landschaftsspiegel oder Projektionen zur Anfertigung naturgetreuer Zeichnungen) verwendet. Die älteste bekannte Fotografie der Welt stammt vom Franzosen Joseph Nicéphore Niépce aus dem Jahre 1825. Die Belichtungszeit betrug bescheidene 8 Stunden. Zu dieser Zeit sprach man noch nicht



Abb. 1: Louis Jacques Mandé Daguerre – Erfinder des Daguerre'schen Verfahrens (Häußler 2004, S. 16)

von Fotografie – deshalb wird auch innerhalb dieser Arbeit der Beginn der Fotografie mit der entsprechenden Berichterstattung 1839 datiert. Beachtenswert hier ist, dass Niépce mit seiner ersten „Fotografie“ (welche damals mittels einer asphaltbeschichteten Metallplatte produziert wurde) die wesentlichste Vorarbeit für das „Daguerre'sche Verfahren“ geleistet hat. Sein Wissen wurde an Louis Jacques Mandé Daguerre wei-

tergegeben – es wurde ein Vertrag zur Weiterentwicklung seiner Technik geschlossen. Mit seinen Weiterentwicklungen gelangte Daguerre schließlich 1839 zum Durchbruch. (vgl. ebd.)

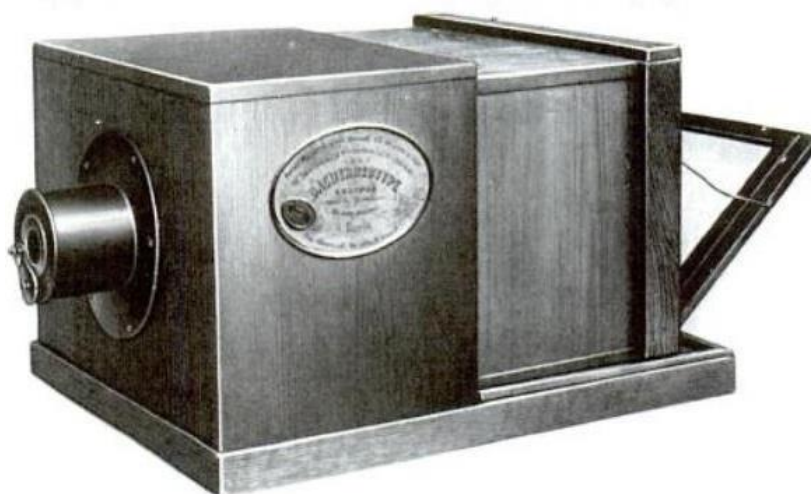


Abb. 2: „Daguerreotype“ (Häußler 2004, S. 16)

Die Apparatur zur Durchführung des Daguerre'schen Verfahrens nannte sich „Daguerreotype (siehe Abb. 2) und ist mit einem Gewicht von rund 6,5 Kilogramm nicht mit heutigen fotografischen Techniken zu vergleichen. (vgl. ebd.)

Die erste Fotoausstellung fand bereits 1840 statt. Hier wurde auch die Bezeichnung des „Photographen“ geboren. Das Daguerre'sche Verfahren arbeitete allerdings noch nicht mit Filmen. Bilder wurden mittels des Daguerreotypes auf Metallplatten gedruckt. (vgl. ebd.)

Die „Erfindung“ Daguerres bzw. seine Weiterentwicklung der Befunde von Niépce machten Daguerre wahrlich über die Grenzen hinaus berühmt. Allerdings wurde kritisiert, er ruhe sich auf seinem Erfolg aus. Aus einem Nachruf der „Neuen Münchner Zeitung“ vom 18. August 1851 geht hervor, dass Daguerre in seinem Leben die Entwicklung der Fotografie nicht mehr vorangetrieben hat: *„Daguerre that nie viel für die Vervollkommnung seines Verfahrens; den höchsten Grad der Wirkungen, die erzielt wurden, verdankt man den Bestrebungen Anderer.“* (Neue Münchner Zeitung, 18. August 1851, 1559-1560) Die Daguerreotypie währte in der Form, wie Daguerre sie entwickelte, nicht sehr lange. Bereits 1866 galt das Prinzip als veraltet: *„Die ‚Daguerreotypie‘ ist schon seit längerer Zeit verlassen, theils wegen der Umständlichkeit und Theuerung des ihr zu Grunde liegenden Verfahrens, und besonders, weil die Bilder nur bei einer günstigen Lage des Auges sichtbar sind.“* So die Zeilen eines Lehrbuches für technische Physik aus dem Jahre 1866. (Hessler & Pisko, Lehrbuch der technischen Physik 2 1866, S. 1046)

Zur selben Zeit Daguerres arbeitete der Engländer William Henry Fox Talbot an der Idee der Fotografie. Im Herbst 1840 gelang ihm die Entwicklung der Kalotypie, die er 1841 als Talbotypie patentieren ließ. Hierbei handelt es sich um ein Negativ-Verfahren, das erstmals die Möglichkeit bot, von ein und demselben Negativ mehrere Abzüge zu machen. Talbot verwendete damals spezielles Papier, das sich durch unterschiedliche Lichtbedingungen verändern ließ. Ausgangspunkt ist die silberpolierte Oberfläche einer Kupferplatte, die im Dunkeln so lange über Jod gehalten wird, bis sie eine goldgelbe Farbe annimmt. Dieses Verfahren wendete bereits Daguerre an. Talbot allerdings entwickelte anstatt Silberplatten ein mit schwarzem Silberpulver bearbeitetes Papier, das bei Lichteinfluss zum Negativ wurde und fixiert werden konnte. (vgl. Hessler & Pisko, Lehrbuch der technischen Physik 2 1866, S. 1047) *„Das Papier, welches das ‚Negativ‘ enthält, wird durchscheinend gemacht, und dann*

auf ein zweites lichtempfindliches Papier gelegt, worauf man beide unter einem Glasrahmen dem Sonnenlichte aussetzt. Die dunklen Stellen des Bildes halten das Licht von dem zweiten Papiere je nach ihrer Schwärze mehr oder weniger ab. Dadurch entsteht ein positives Bild (...) d.h. ein Bild, bei welchem Licht und Schatten so wie beim abgebildeten Gegenstande vertheilt sind.“ (ebd.) Die Belichtungszeiten konnten mit diesem Verfahren um ein Vielfaches reduziert werden. Man bedenke, dass Niépce für seine erste „Fotografie“ eine Belichtungszeit von 8 Stunden benötigte.

1851 folgte eine neue Revolution in der Fotografiegeschichte: das nasse Kollodiumverfahren von Frederick Scott Archer. Es wurde bis ca. 1880 verwendet und förderte die Bekanntheit und Beliebtheit der Fotografie vor allem wegen der guten Bildqualität, die mit dem Verfahren erzielt werden konnte. Das Verfahren ist als „Kollodium-Prozess“ bzw. als „Nassplatten-Prozess“ bekannt. Hierfür reichten oft schon Belichtungszeiten von weniger als zehn Sekunden aus und setzte sich aus diesen Gründen auch durch. Der große Nachteil dieser Technik war es, dass die genannte „Nassplatte“ direkt vor dem Drücken des Auslösers vorbereitet werden musste. D.h. es war notwendig, ein Dunkelzelt und die entsprechenden Chemikalien stetig bei sich zu tragen. Eine Glasplatte wurde mit Kollodium, Iod- und Bromsalzen beträufelt und im Anschluss in einer Silbernitratlösung gebadet. Die Platte musste noch nass belichtet werden. (vgl. Freeman 2010, S. 17)

In den 1870er Jahren wurde ein „trockener Ersatz“ für Kollodium erfunden – die Basis für den Film wurde gelegt. Es handelt sich um einen Mix aus Silberbromiden und Gelatine der – wie bereits erwähnt – an Stelle des Kollodiums trocken verwendet werden konnte. Die in Gelatine eingebettete Emulsion wurde zunächst weiter auf Glasplatten, in weiterer Folge dann auf Filmpapier (in frühen Zeiten Zelluloid bis zu stabilen synthetischen Polymeren in späteren Zeiten) aufgebracht. (vgl. ebd.)

Bis zu diesem Zeitpunkt war die Fotografie noch wenigen Menschen vorbehalten. Die Verfahren waren kompliziert, die Utensilien teuer. 1888 aber gelang dann der Durchbruch von Kodak. Der Amerikaner George Eastman brachte neben dem handhabbaren Rollfilm auch Kameras auf den Markt und ermöglichte eine professionelle Entwicklung bzw. einen Vergrößerungsservice. (vgl. Meinel / Sack 2004, S. 74) Die „Kodak-Box“-Kamera wurde inklusive Film für 25 Dollar angeboten. War der Film aufgebraucht, konnte man die komplette Kamera direkt im Werk von Kodak abgeben bzw. einschicken und erhielt die Kamera mit einem neuen Film zurück. Damit machte das

Unternehmen seinem Slogan „*You press the button, we do the rest*“ alle Ehre. (vgl. ebd.)

Innerhalb der Geschichte der Fotografie befinden wir uns nun an jenem Punkt, an dem die Schwarz-Weiß-Fotografie „vergesellschaftlicht“ wurde. Doch als tatsächliche Ära der Fotografie ist die Zeit der aufstrebenden Farbfotografie zu sehen, auf deren Basis die heutige Fotografie – nämlich die digitale – anknüpft. Man könnte sagen, die Schwarz-Weiß-Fotografie gelangte nach der Einführung der Farbfotografie ein wenig ins Hintertreffen. Erst in der jüngeren Zeit erfreut sich die Schwarz-Weiß-Fotografie wieder größerer Beliebtheit und wie im weiteren Verlauf der Arbeit noch dargelegt wird, ist dies nicht zuletzt auch den heutigen technischen Gegebenheiten zu verdanken. Dennoch soll es in einem weiteren Schritt nun darum gehen, auch die Geschichte der Farbfotografie - anknüpfend bzw. Hand in Hand gehend mit der Schwarz-Weiß-Fotografie – kurz zu beleuchten, um einen Eindruck davon zu bekommen, welches Erfinderreichtum sich in diesem Zusammenhang herausbildete.

Zunächst ist es ein Irrtum zu glauben, dass die Idee zur Farbfotografie erst nach den mehr oder weniger ausgereiften Verfahren zur Schwarz-Weiß-Fotografie entstand. Im Gegenteil. Dem Fotografen war es seit jeher ein Anliegen, Situationen, Stimmungen, Personen und Lichtbedingungen möglichst nahe an der Realität abzubilden – nämlich in Farbe. (vgl. Gernsheim 1983, S. 692)

Die erste Farbfotografie der Welt wurde vor nunmehr 153 Jahren vorgestellt. Am 17. Mai 1861 präsentierte James Clerk Maxwell, ein schottischer Physiker, das erste Farblichtbild der Öffentlichkeit. (vgl. Basler Zeitung <http://bazonline.ch/wissen/geschichte/vor-149-Jahren-Das-erste-Farbfoto-erstaunt-die-Welt/story/16922088> [01.01.2014]) Dafür wurde ein und dasselbe Motiv insgesamt dreimal mit einer Kollodiumplatte fotografiert. Es wurden drei unterschiedliche Filter entsprechend der Grundfarben – Rot, Grün und Blau – verwendet. (vgl. Reichenhardt 2006, S. 11 f.) In weiterer Folge – 1869 – entdeckten die beiden Franzosen Louis Ducos du Hauron und Charles Cros die subtraktive Farbmischung. Die Kombination der Farben Cyan, Magenta und Gelb (im Gegensatz zu Maxwells Verwendung der Farben Rot, Grün und Blau, welche heute auch noch in der Technik als RGB-Modus zu finden sind; mehr dazu aber später), erlaubten die Subtraktion von Farben aus weißem Licht. Dieses Verfahren sollte anschließend die erste Basis für Farbfotografie und

Farbfilme sein. (vgl. Blacklow 2007, S. 42) Dieser Vorgang eignete sich allerdings nur bedingt für kleine Kameras. Dies änderte die Entwicklung des Autochromverfahrens 1904 und die 1907 anknüpfende Entstehung von Autochromplatten. Entwickler waren wiederum zwei Franzosen – die Gebrüder Antoine und Luis Lumière. Das Prinzip basiert auf der Tatsache, dass das menschliche Auge rote, grüne und blaue Punkte so zusammensetzt, dass eine schiefe Unendlichkeit an Farben entsteht. Auf diesem Prinzip basierten in späterer Zeit beispielsweise Röhrenfernseher. 1938 folgte der erste Kodachrome-Film - ein Diafilm *„der hinsichtlich der sowohl kräftigen als auch genauen Darstellung der Farben sehr lange konkurrenzlos war“* (de Man 2011, S. 137) von den beiden Amateurfotografen Leopold Mannes und Leopold Godowsky entwickelt. Es wird angenommen, dass diese Entwicklung auf einer Zusammenarbeit zwischen Kodak und den beiden Fotografen basierte. (vgl. Blacklow 2007, S. 42) Die Produktion dieser Kodachrome-Filmen wurde 2009 eingestellt. (vgl. de Man 2011, S. 137)

Ab diesem Zeitpunkt nahmen die Entwicklungen zur Farbfotografie zahlenmäßig zu. Es handelte sich nicht mehr um „Meilensteine“ in der Weiterentwicklung als vielmehr um viele unterschiedliche Varianten, die es ermöglichten unter verschiedensten Bedingungen Lichtbilder anzufertigen. Bereits vor der Zeit des Kodachrome-Verfahrens erschien 1930 das Finlay-Verfahren. Durch die nur sehr kurzen benötigten Belichtungszeiten war das Verfahren sehr beliebt, wenn auch die Fotografien am Ende körniger erschienen. Das deutsche Verfahren Agfacolor machte Aufnahmen bei hellem Sonnenlicht und großen Blendenöffnungen möglich. Belichtungszeiten hier lagen bereits bei 1/5 bzw. 1/10 Sekunden. Schließlich erblickte zur selben Zeit auch noch das Dufay-Verfahren das Licht der Welt, das vor allem deshalb geschätzt wurde, weil das mitzunehmende Equipment im Vergleich zu anderen Verfahren wesentlich geringer war. Alle genannten Verfahren wurden aufgegeben, als Kodak (nach dem ersten Durchbruch in der Schwarz-Weiß-Fotografie nun erneut) es erstmals möglich machte, dass Fotografien auf 35mm-Film festgehalten werden konnten. Das erste Kodachrome-Foto (vorher handelte es sich ja lediglich um Diafilme, welche keinerlei Produktion auf Papier zuließen) erschien im April 1938 im „National Geographic“. (vgl. Courtland 2001, S. 306) Wo Kodak bereits vor dem Krieg Fortschritte in der Entwicklung verzeichnen konnte, folgte Agfa erst nach dem Krieg: 1951 kam der erste Agfacolor Negativfilm CN 17 in den Handel. (vgl. Wolfschmidt 2011, S. 261) Im Jahre

1938 kamen schließlich die heute wieder beliebt gewordenen Sofortbildkameras auf den Markt: die Polaroid-Kameras. (vgl. Braun 2005, S. 72)

In den Jahren danach widmete sich der Großteil der Ideen der Weiterentwicklung von Kameratechnik und Objektiv sowie unterschiedlichen Verbesserungen in Filmempfindlichkeit, Verschlussgeschwindigkeit und Langzeitstabilisierung von Farb- und Bildqualität. Aufgrund der enormen Weiterentwicklung auf diesem Gebiet und der Tatsache, dass genauere Ausführungen den Rahmen dieser Arbeit sprengen würden, sei hier noch auf zwei Weiterentwicklungen eingegangen: die Automatisierung der Aufnahmeabläufe und die Maskierung der Negativfilme. Kleine Elektromotoren nahmen von nun an die Arbeit des Vorbereitens und Durchführens von Einzelaufnahmen ab. Dies erleichterte die Arbeit – vor allem unterwegs – enorm und ermöglichte auch dem Amateurfotografen, gute Fotos zu erlangen. Unschwer zu errahnen ist die Umsatzsteigerung, die mit dieser Weiterentwicklung einherging. Die Maskierung der Negativfilme bezieht sich auf die Färbung der Filme in einen orange-roten oder orange-braunen Farbton und der damit einhergehenden Verbesserung der Farbqualität der Bilder. (vgl. ebd. S. 263)

Natürlich handelt es sich bei diesem Aufriss zur Geschichte der Fotografie um eine stark vereinfachte und tatsächlich nur kurz angerissene Geschichte des Lichtbildes. Wie genau die einzelnen Verfahren funktionierten und welche Zwischenschritte es in den jeweiligen Entwicklungen gegeben hat, hätte sowohl den Rahmen dieser Arbeit gesprengt, als auch das eigentliche Thema der Arbeit verfehlt. An dieser Stelle befindet sich nun ein Schnitt zur heutigen Zeit – der Beginn der Digitalfotografie, auf den innerhalb dieses Kapitels nun noch kurz eingegangen werden soll, um der „History of Photography“ einen runden Abschluss verleihen zu können.

„1981 begann das Ende der Analogfotografie, die bisher einfach Fotografie geheißen hatte, mit der Vorstellung der ersten Kamera durch Sony, die direkt ein digitales Bild erzeugte.“ (Wolfschmidt 2011, S. 266) Kameras wie diese waren noch nicht gesellschaftstauglich – erst ab 1990 gingen digitale Kameras in Produktion, was den Weg in den Photoamateurmarkt öffnete. (vgl. Braun 2005, S. 72) Auf die Gesamtgeschichte der Fotografie gesehen, kann man sehen, wie innerhalb der etwas mehr als 20 Jahre, die die Digitalfotografie nun alt ist die Weiterentwicklung ähnlich einem Zeitraffer

voranschritt – und auch weiterhin rasant voranschreiten wird. Das damalige Speichermedium – ein Magnetband, das der Kamera auch zu ihrem Namen „Mavica“ (Magnetic Video Camera) verhalf – wurde mit der Zeit von immer neuen Varianten der digitalen Speicherung abgelöst. Bis zu den heutigen modernen Speicherkarten. (vgl. ebd.)

Aufgrund der vielen technischen Details, welche nun durch die unterschiedlichen Entwicklungen zu beachten sind, wird hier nun nicht näher auf die Innovation Sony's eingegangen. Das nächste Kapitel setzt sich näher mit der technischen Perspektive der Fotografiegeschichte auseinander und beschreibt entsprechend auch dieses Modell näher.

Um der Geschichte der Fotografie – oder zumindest diesem kurzen Abriss des Werdeganges des Lichtbildes – nun zum Abschluss noch einen Bezug zum in dieser Arbeit aufgearbeiteten Themenbereich zu geben, sei noch kurz auf die Relevanz der Erfindung der Fotografie verwiesen. Dazu stelle man sich die Frage, was denn nun die Fotografie schlussendlich für die Gesellschaft, die Kunst, die Medien, etc. erarbeitet hat. Um eine Analogie herzustellen, erscheint hier die Erfindung des Buchdrucks sehr geeignet. Zwar mag es sich bei der Fotografie um einen wesentlich kleineren Umbruch handeln, dennoch sind Parallelen zu erkennen, die die Erfindung des Buchdrucks und den Werdegang der Fotografie übereinkommen lassen. Zum einen sind beide Verfahren dazu imstande, etwas, das vorher mit den eigenen Händen, viel Zeit und Mühe kostend, hergestellt wurde, durch mechanische, technische, chemische Verfahren abzulösen. Der zweite große erwähnenswerte Punkt ist unfraglich die Möglichkeit der Vervielfältigung, welche die beiden Erfindungen ermöglichten. Der Buchdruck machte es möglich, das oftmals als Medium bezeichnete Kulturgut „Buch“ gesellschaftstauglich zu machen, indem Informationen erstmals einer großen Menge an Personen zugänglich gemacht werden konnten. Ebenso bei der Fotografie. Wurden vorher viele Bilder gemalt, um bestimmte Dinge festzuhalten, wurde es mit der Fotografie möglich, mit der Zeit wesentlich effizienter zu arbeiten. Oft wurden Portraits von Malern durch die Fotografie ersetzt, sogar Kunststile bzw. Malereistile wurden von der Fotografie inspiriert. (vgl. Braun 2005, S. 72) Malerisch festgehaltene Momente oder porträtierte Personen wurden in diesem Sinne doppelt modifiziert. Zum

einen interpretierte der Maler in etwas Gesehenes, Reales, seine eigenen Vorstellungen mit ein. Zum anderen gab er dieses Wahrgenommene mit seinen eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten wieder. Gemälde lassen also nur vermuten, was der Maler tatsächlich vor Augen hatte – oftmals (man betrachte hierbei die Kunst) kann ein Gemälde sogar als Zwischenstufe zwischen Realität und Fiktion gesehen werden. Es kommen Dinge dazu, andere werden weggelassen, weil sie entweder nicht der ästhetischen Vorstellung des Künstlers entsprechen, oder sie schlichtweg nicht mehr erinnert werden. Die Fotografie ermöglicht hier einen wesentlich realitätsgetreueren Blick auf das Abgebildete. Der Betrachter wird sozusagen zum „Augenzeugen“ – obgleich die Frage der tatsächlich abgebildeten Realität auf Fotografien noch einer ausführlichen Klärung bedarf. Dieser Umstand macht es möglich, Informationen – in diesem Fall visuelle Informationen – in wesentlich kürzerer Zeit und vor allem mehrfach einem breiteren Publikum näherzubringen. Entsprechend erweist sich auch die Geschichte der Entstehung der Fotografie für die vorliegende Arbeit als relevant. Und wenn der Buchdruck einen Platz in der Medien- und Kommunikationsgeschichte (aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht) verdient – und das hat er, ohne Frage -, dann muss auch der Fotografie und ihrer Entstehung in diesem Bereich ein Plätzchen eingeräumt werden.

2.2. Fotografische Ausrüstung im Wandel der Zeit

Sony läutete also eine neue Ära in der Fotografie ein. Anders als Hersteller wie Canon, Minolta, Nikon oder dergleichen war Sony zur damaligen Zeit keine Marke, die man mit Fotografie in Verbindung brachte – im Gegenteil. 1981 stellte das Unternehmen auf der Photokina Köln ihre Mavica vor. Sie war als Spiegelreflex-Kamera aufgebaut und war mit einem Wechselobjektiv ausgestattet. (vgl. Boeres 2002 In: http://www.digitalkamera.de/Meldung/Die_Geschi



Abb. 3: Sony Mavica (Boeres 2002)

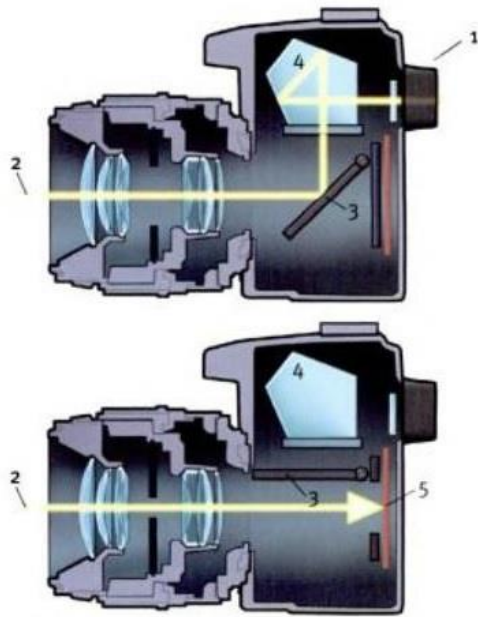


Abb. 4: Querschnitt einer Spiegelreflexkamera
(Reichenhardt 2006, S. 21)

chte_der_Digitalfotografie_Teil_1/1595.a
sp_x) Da uns Spiegelreflexkameras bis in die heutige Zeit (ob nun analog oder digital) begleiten, soll nun das System von Spiegelreflexkameras kurz erläutert werden.

Wie bereits der Name schon sagt, ist der Spiegel das Herz der Kamera. Durch ihn ist es möglich, durch den Sucher genau jenes Bild zu sehen, welches im Nachhinein auf den Sensor bzw. Film projiziert wird. Wenn der Auslöser gedrückt wird, klappt dieser Spiegel nach oben und ermöglicht somit das Einlangen der Licht-

strahlen auf der Rückwand, wo Sensor bzw. Film sitzen. (vgl. Reichenhardt 2006, S. 21 – siehe auch Abb. 4)

Kameras wie diese gehören heute zu den beliebtesten Geräten und sie funktionieren sowohl in analoger als auch in digitaler Form gleich – daneben spielen noch Kompaktmodelle bzw. Kameras auf mobilen Endgeräten (z.B. Handys, Tablets, etc.) eine Rolle. Allerdings gehören Spiegelreflexkameras zu der Grundausrüstung von Fotografen und auch ambitionierte Hobby-Knipser eignen sich meistens eines dieser Modelle an. Kompakte Kameras eignen sich wiederum sehr gut dazu, Schnappschüsse in Situationen zu machen, wo man nicht viel technisches Equipment mit sich trägt bzw. unter anderem auch zur Unfalldokumentation oder dergleichen. Wie sich noch herausstellen wird, spielen vor allem Kameras auf mobilen Endgeräten eine wesentliche Rolle, wenn es um das Thema „User Generated Content“ bzw. Laien-Journalisten geht.

Wie bereits eingangs dieses Kapitels erwähnt, funktioniert die Kamera ähnlich dem menschlichen Auge. Dies wurde bereits zu antiken Zeiten erkannt. Bereits Aristoteles (386-322 v. Chr.) und nachher der arabische Forscher Alhazen haben bereits die „camera obscura“ beschrieben. (vgl. Braun 2005, S. 72) Die „camera obscura“ – übersetzt die „dunkle Kammer“ war *„neben der Brille das erste optisch Gerät, mit dem es*

möglich war, das menschliche Sehen zu erweitern.“ (Keil 2000, S. 350) Das Wissen um die camera obscura kann also bis in die Antike zurückverfolgt werden und war zur damaligen Zeit tatsächlich eine dunkle Kammer: „*The photographic camera derives directly from the camera obscura, which was originally, as its Latin name implies, a dark room, with a small hole in the wall or window-shutter through which an inverted image of the view outside is projected on to the opposite wall or a white screen.*“ (Gernsheim 1986, S. 3)

Abbildung 5 zeigt die erste veröffentlichte Zeichnung der camera obscura im Jahre 1545.

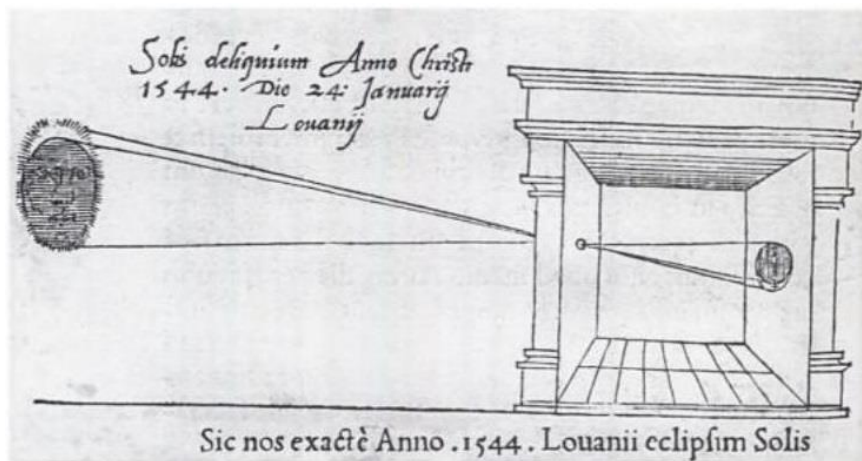


Abb. 5: Die erste veröffentlichte Zeichnung der camera obscura im Jahre 1545 (Gernsheim 1986, S. 4)

Im 16. bzw. 17. Jahrhundert werden auch kleine tragbare Modelle der camera obscura beschrieben. (vgl. Keil 2000, 352)

Man kann erkennen, wie simpel die Grundidee der heutigen Kameras ist. Dennoch ist bis zur heutigen Zeit sehr vieles an technischem Instrumentarium dazugekommen, das die Fotografie vervollkommen soll, dem Fotografen mehr Komfort bringen soll oder Dinge, die dabei helfen, das vorhandene Licht bis in seine letzten Züge ausnutzen zu können. Dazu gehören heute in jedem Falle Stativ, unterschiedlichste Objektive, welche dazu dienen, bestimmte Bildausschnitte mit unterschiedlichen Winkeln bearbeiten zu können, künstliche Lichtquellen (sei es zum Transportieren oder zum Aufbau im Fotostudio), und vieles mehr.

Es lässt sich also herauslesen, dass die heute in der Profifotografie verwendeten Spiegelreflexkameras – ungeachtet dessen, ob diese analog oder digital funktionieren –

eine Menge Equipment mit sich bringen, die der Fotograf mit sich tragen muss. Die Standardausrüstung, bestehend aus Kamerabody – das Gehäuse: also dem Kernstück der Kamera –, ein entsprechendes Objektiv und eventuell ein Blitzgerät zur besseren Ausleuchtung der Situation können je nach Objektivgröße bereits einen Rucksack füllen. Natürlich ist anzumerken, dass sich in Bezug auf die unterschiedlichen Typen von Fotografie und Fotograf auch das mitgebrachte Equipment unterscheidet. Der Zweck der Fotografie entscheidet also hier, was im Endeffekt mitzunehmen ist. Dazu aber im nächsten Kapitel mehr.

Wenn wir nun in der Zeit der Digitalfotografie bleiben, ist die klassische Spiegelreflexkamera mittlerweile nicht der einzige Lieferant von kommunikationswissenschaftlich relevantem Bildmaterial. Mit dem Einzug derameratechnik in die Mobilfunkwelt kann man durchaus von einer Konvergenz sprechen, die sich innerhalb kurzer Zeit zu wahren Alleskönnergeräten entwickelte. 2001 brachte der damalige Marktführer Nokia ein Mobiltelefon auf den Markt, das als erstes Gerät weltweit über eine integrierte Digitalkamera verfügte. (vgl. Höfer 2006, S. 42 und Arndt 2006, S. 286) Über die Weiterentwicklung solcherlei Geräte schreibt Arndt: *„Mittlerweile hat sich das Handy zu einer Art digitalem Schweizer Taschenmesser entwickelt, sowohl in Bezug auf die Hardware, als auch in Hinblick auf die darin integrierten interaktiven Anwendungen.“* (Arndt 2006, S. 286) Gleich im Anschluss zu dieser Ausführung verweist Arndt auf die unglaubliche Kompaktheit dieser Geräte vor allem in Verbindung mit dem immer größeren Können, das diesen Geräten eigen ist. (vgl. ebd.) Zwar schreibt Arndt in einer Zeit, die – wenn man die Schnelllebigkeit der heutigen technischen Entwicklungen betrachtet – unserer Zeit heute noch weit hinterherhinkt, allerdings handelte es sich mit der Kombination von Handy und Kamera bereits damals um eine revolutionsgleiche Veränderung. Der Begriff der „digitalen Schweizer Taschenmesser“ lässt sich heute noch vielmehr als im Jahre 2001 zur Einführung der Kamera-Handys bzw. 2006 zur Zeit der Ausführungen Arndts verwenden. Heute spricht man nicht mehr von WAP-Handys (Mobilfunkgeräte mit Internetzugang) oder Kamerahandys – heute hat das tatsächliche „digitale Schweizer Taschenmesser“ einen wohlklingenden englischen Namen: das Smartphone. Und ebenso, wie heute der Touchscreen nicht mehr wegzudenken wäre, war es ab dem Jahr 2001 die Kamera, die bei neu entwickelten Mobiltelefonen als „serienmäßig“ betrachtet wurden.

Mit der stetigen Weiterentwicklung dieser kombinierten Technologien verloren nach und nach die Kompaktkameras (also kleine kompakte Digitalkameras als Gegensatz zu den großen und klobigen Spiegelreflex-Geräten) an Bedeutung. Mittlerweile könnte man sagen, dass Handybilder in der Qualität jenen Bildern, welche mit Kompaktkameras angefertigt wurden, in nichts hinterherhinken. In Verbindung mit einem Smartphone allerdings eröffnen sich für den Bildautor unzählige Möglichkeiten, das Bild weiterzuverarbeiten. Hierin besteht auch der wesentliche Unterschied – zumindest neben Größe, Volumen und Gewicht – zu den Spiegelreflexkameras.

Nun, da es möglich war, mit Mobiltelefonen Fotos anzufertigen, mussten diese also auch anderen Menschen zugänglich gemacht werden. Die MMS war geboren (multi-media messaging service). Der Entwicklung der MMS-Technologie als Nachfolger bzw. als Ergänzung zur SMS-Technologie (short message service) geht weit bis in die 80er Jahre des vergangenen Jahrhunderts zurück. Die Idee war es, multimediale Inhalte anderen Personen zukommen zu lassen. Nokia machte dies also möglich. (vgl. Lilie 2011, S. 80 – 97)

Ohne nun zu weit in die Geschichte der Mobiltelefonie eindringen zu wollen, zeigt dieser Auszug nun eine relevante Veränderung in der Laienfotografie: Die direkte Übertragung von Bildmaterial von einem Punkt zu einem anderen. Und die Entwicklung zu den heutigen Smartphones ermöglicht zusätzlich die Positionierung von Bildmaterial direkt auf Internetplattformen und erlaubt es, sogar schriftliche Inhalte zufügen zu können.

So gesehen teilt also die Technik bereits den Sinn von Fotografie. Alleine daran könnte man bereits den professionellen Zweck vom Laien-Zweck unterscheiden. Welche Arten die professionelle Fotografie in der heutigen Zeit aufweist, soll das nächste Kapitel genauer erläutern.

2.3. Arten von Fotografie in der heutigen Zeit

Es existiert eine schier unendliche Zahl an unterschiedlichen Kategorisierungen der Fotografie. Im Hinblick auf den künstlerischen Aspekt der Fotografie und der Anschauung, dass in jedem Bild ein Stück des Fotografen selbst steckt, sagt Eduard von

Niederhäusern folgendes: „Ob ein Foto als Ausdruck einer eigenen Sichtweise gelten kann, muss jeder Fotograf für sich entscheiden. Auch der Betrachter ist frei, zu entscheiden, ob er das Foto als individuellen Ausdruck des Fotografen auffassen will. Objektivierte Kriterien sind kaum verfügbar.“ (von Niederhäusern 2010, S. 99)

Recherchiert man in der vorhandenen Literatur, zeigt sich eine Vielfalt an Unterarten der Fotografie – diese reichen von Modelfotografie über Streetfotografie bis hin zur Aktfotografie. Es ist hierbei sehr schwierig, eine allgemeingültige Kategorisierung aufzustellen bzw. eine Kategorisierung zu finden, die nicht die Möglichkeit gibt, daraus wieder Unterkategorisierungen zu bilden oder einzelne Kategorien als überflüssig darzustellen, weil sie sich zum Teil mit anderen überschneidet. Wie schon erwähnt, ist ein Bild erst ein Bild, indem es einen Betrachter gefunden hat. Nachdem nun jeder Betrachter das Bild mit eigen Erfahrungen, eigenem Wissen und eigenen Gefühlen betrachtet, wird es nicht möglich sein, hier Objektivität walten zu lassen, um anhand der bildlichen Erscheinung – also dem fertigen Foto an sich – Kategorisierungen zuzulassen. Was allerdings möglich ist (zumindest teilweise), ist die Kategorisierung der Bilder anhand des Zweckes ihrer Anfertigung. Von Niederhäusern zitiert in seinem Buch Matt Herron, welcher versuchte, die Arten von Fotografie anhand ihres Zweckes in vier Dimensionen zu gliedern:

*„Das ist – und hier ist, wie die Kamera es sah. **Informative Fotografie.***

*Ich war da – und das ist, was ich sah. **Dokumentarische Fotografie.***

*Ich habe dies gesehen – und hier ist, was ich dabei fühle. **Bildmäßige Fotografie.***

*Ich fühle dies – und hier ist ein Symbol für meine Gefühle. **Äquivalent.** “*

(Herron 1962 zit. nach: Von Niederhäusern 2010, S. 99)

Eine genauere Beschreibung dieser vier Dimensionen liefern Pilarczyk und Mietzner (vgl. 2005, S. 118). Informative Fotografie wäre demnach die Aufzeichnung objektiver Fakten. Bei der dokumentarischen Fotografie handelt es sich um einen persönlichen Bericht über etwas, wobei hier Objektivität nicht mehr zwingend notwendig ist, allerdings so viel Objektivität wie möglich vorhanden sein soll. Die bildmäßige Fotografie wird als „subjektive Interpretation eines Geisteszustandes“ beschrieben, während das Äquivalent den „subjektiven Geisteszustand“ an sich verkörpert. Hinsichtlich der ersten Dimension – jener der informativen Fotografie – merken die Autoren an,

dass auch hier Objektivität nicht vollends gegeben sein kann, da „*in das Bild der Blickwinkel und der selektierende Blick des Fotografen*“ eingeht. (ebd.)

Diese vier Dimensionen von Herron können sehr gut herangezogen werden, um eine grobe Unterteilung der Fotografie – nämlich in jene der Kunstfotografie und jene der Informationsfotografie – vorzunehmen. Entsprechend würden dann sowohl die informative Fotografie als auch die dokumentarische Fotografie der Informationsfotografie angehören, während bildmäßige Fotografie und Äquivalent der Kunstfotografie zugeordnet werden können. Dies deckt sich wiederum mit der bereits erwähnten großen Differenzierung zwischen Kunst- und Pressefotografie. Wobei die Erweiterung in „Informationsfotografie“ hier kommunikationswissenschaftlich wesentlich treffender ausfällt, als der Begriff der „Pressefotografie“. Schließt die Pressefotografie lediglich die Printmedien ein, kann man im Begriff der Informationsfotografie auch die kommunikationswissenschaftlich relevanten Teilbereiche der Internetmedien, Werbefotografie, und dergleichen implizieren.

Es soll nun also weniger darum gehen, was auf dem Bild tatsächlich abgebildet ist (dort würden nämlich die schwer zu fassenden Kategorisierungen, wie oben beschrieben treffen), sondern vielmehr darum, was denn das Abgebildete aussagen möchte bzw. welcher Zweck hinter der Fotografie zu erkennen ist.

Also nun soll weiter mit der Differenzierung zwischen Kunst- und Informationsfotografie gearbeitet werden. Allerdings ist hier noch einmal festzuhalten, dass es sich hierbei nicht um die Bildinhalte handelt, welche zu dieser Kategorisierung führen. Wäre dem nämlich so, würde das Foto eines Gemäldes auch Kunstfotografie sein, da es ein Kunstwerk abbildet. Vielmehr entscheidet der Einsatzzweck des Bildes darüber, welcher Art von Fotografie es angehört. Entsprechend kann das hier als Beispiel verwendete Foto von einem Gemälde durchaus eine dokumentarische bzw. informative Funktion haben. Von Kunstfotografie wird allerdings (zumindest in dieser Arbeit) dann gesprochen, wenn es nicht primär darum geht, einen Anblick zu verewigen, der sich jedem Auge, das vor der Situation oder dem Ding steht, bietet. In der Kunstfotografie – so könnte man hier schlussfolgernd annehmen – spielen die Rolle des Fotografen und sein Einfluss auf das Bild eine größere Rolle.

Um noch einmal auf die Kategorisierungsversuche vom Beginn – jenen, die das Abgebildete in den Vordergrund stellen – noch einmal kurz aufzugreifen und zu verdeut-

lichen, seien hier beispielsweise die gängigen Kategorisierungen am Beispiel der Fotocommunity Europa (<http://www.fotocommunity.de>) angesprochen. Es handelt sich hierbei um eine Plattform, die es sowohl Profi- als auch Hobby-Fotografen erlaubt, ihre Bilder innerhalb einer Kommune online zu stellen. Die Möglichkeit der Bewertung dieser Bilder bietet eine sehr gute Möglichkeit zum Austausch und zu direktem Feedback. Laut eigener Aussage beherbergt die Plattform über eine Million registrierter Nutzer und bezeichnet sich als Europas größte Community für Fotografie. Die hier verwendeten Rubriken ähneln jenen moderner Fotografiebücher – weshalb sie sich sehr gut zur Demonstration der Kategorisierung eignen. Wie bereits angesprochen, wird hier das jeweils Abgebildete genutzt, um ein Bild einer entsprechenden Kategorie zuzuordnen. Kategorien wie „Menschen“, „Akt“, „Natur“, „Reise“, oder „Architektur“ geben also einen Vorgeschmack darauf, was auf den Bildern, die sich hinter diesen Überbegriffen befinden, zu sehen sein wird.

In Bezug auf die in dieser Arbeit verwendete Kategorisierung – nämlich jener der Informations- und Kunstfotografie mit den vier Dimensionen Harrons als Basis (siehe oben) bedeutet eine Auflistung wie diese allerdings, dass man den Zweck der Fotografie nicht (zumindest nicht auf den ersten Blick) erkennen kann. Zwar haben die Autoren die Möglichkeit, ihren Bildern hier Titel zu verleihen und ihre Gedanken dazu niederzuschreiben. Allerdings ist rein aus den Schubladen, in welche die Bilder gesteckt werden, keinerlei Absicht zu erkennen. Und es sei nochmals darauf verwiesen, dass beispielsweise eine Architekturaufnahme sowohl einen künstlerischen Blickwinkel erlauben kann, als auch informativ in Form beispielsweise einer Reportage-Fotografie sein kann.

Dass diese Motiv-Kategorisierung innerhalb dieser Arbeit nicht weiter verfolgt wird, bedeutet nicht, dass diese hinsichtlich der Zweck-Kategorisierung, welche hier gearbeitet wurde, abgewertet werden soll. Zweifelsfrei ist die Kategorisierung nach dem Motiv gerade für solche Zwecke, wie die Fotocommunity sie verfolgt bzw. zur Kommunikation zwischen Fotografen, besser geeignet. Es erscheint nur wesentlich greifbarer für eine Arbeit aus einem kommunikationswissenschaftlichen Blickwinkel, eine Kategorisierung zu wählen, die die klare Absicht der Kommunikation und Information herausarbeitet.

2.4. Informationsfotografie vs. Kunstfotografie

Was unterscheidet nun die Informationsfotografie in der Praxis von der Kunstfotografie? Ein Thema, das nun im folgenden Abschnitt versucht werden soll, näher zu herauszuarbeiten.

Wie bereits im Abschnitt zur fotografischen Ausrüstung hervorgehoben, gibt es Unterschiede im fotografischen Equipment. Allerdings verweist dieses (vom Fotografen mitgebrachte) Equipment auch auf das Zeitmanagement. Zeit ist ein wichtiger Faktor, der bei der Unterscheidung zwischen Informations- und Kunstfotografie eine Rolle spielt und von dem der Kunstfotograf wohl wesentlich mehr zur Verfügung hat, als jener Fotograf, der im Auftrag der Information auf die Suche nach Motiven geht. Ein weiterer Faktor ist der Auftrag selbst – ein Kunstfotograf handelt seltener in einem bestimmten Auftrag, wo hingegen Informations- bzw. Pressefotografen klare Handlungsaufträge erhalten. Und zu guter Letzt spielt die Bewertung der Bilder noch eine wichtige Rolle. Die Bewertungsmaßstäbe von Kunstfotografien sind andere als bei informativen Bildern. Ein weiteres Kriterium könnte die Menge der Information sein, die ein Bild enthält bzw. wie viel Information der Kommunikator zusätzlich zum Foto preisgibt, um die Wirkung des Bildes zu verstärken. Und zu guter Letzt interessiert natürlich auch die Präsentation des Fotos, die – je nachdem, ob das Foto für künstlerische oder für informative Zwecke angefertigt wurde – durchaus unterschiedlich ausfallen kann. Das Image des Fotografen kann unter Umständen bei der Kunstfotografie ein anderes sein als bei der Pressefotografie.

Bevor nun näher auf diese möglichen Kriterien zur Unterscheidung eingegangen wird, ist noch zu erwähnen, dass es (wie auch nachstehende Ausführungen dann zeigen werden) durchaus Überschneidungen gibt, die die Grenzen zwischen Kunst- und Informationsfotografie verschwimmen lassen.

Um beim Equipment zu beginnen: oftmals unterscheidet sich das Equipment von Kunstfotografen erheblich von dem eines informativen Fotografen. Natürlich – eine Kamera, ein Objektiv, einen Blitz – das gehört zur Standardausrüstung eines Fotografen. Allerdings wird der Pressefotograf, wenn er auf die Suche nach brandaktuellen Fotostories geht, wesentlich weniger und unauffälligeres Equipment mitbringen, als dies der Kunstfotograf tut. Während der informative Fotograf eher versucht, die Situa-

tion so festzuhalten, wie sie ist, um ein reales Bild anzufertigen, arbeitet der künstlerische Fotograf daran, die Situation in das beste Licht zu rücken. Und dafür braucht es oft zusätzliche Hilfsmittel. Allerdings beginnt bereits hier das Verschwimmen der Grenzen. Ein Reportagefotograf wird – trotz des informativen Zwecks seiner Bilder – dennoch versuchen, die Bilder ästhetisch anspruchsvoll anzufertigen. Die Werbefotografie – sozusagen ein Mittelding zwischen Kunst und Information – stellt hierbei überhaupt eine Ausnahme dar. Handelt sie doch im Auftrag von Unternehmen, sollen die Endprodukte (also die Fotografien) am Ende doch künstlerisch dargestellt sein. Die in dieser Arbeit entworfene Kategorisierung in Kunst- und Informationsfotografie soll also keinesfalls bedeuten, dass die Ästhetik zwangsläufig hinter die Information zurücktreten muss und hier ein geringerer Aufwand betrieben werden muss.

In Bezug auf den Zeitfaktor wurde bereits angesprochen, dass angenommen werden kann, dass der Kunstfotograf mehr Zeit zur Verfügung hat. Der Informationsfotograf handelt im Auftrag von jemandem und muss entsprechend bestimmte Fristen einhalten. Als Beispiel seien hier nur die Pressefotografen genannt, die oftmals nur eine begrenzte Zeit zur Verfügung haben, um das „Objekt ihrer Begierde“ vor die Linse zu bekommen. Entsprechend schnell müssen diese Bilder dann auch abgeliefert werden, damit bei Redaktionsschluss alle nötigen Inhalte vorhanden sind. Da es sich gerade in der Pressearbeit oft um inszenierte Ereignisse handelt bzw. Exklusivität eine große Rolle spielt, liegt die Zeitknappheit auf der Hand. Der Kunstfotograf hingegen kann sich die Zeit nehmen – er ist nun nicht festgelegt auf bestimmte Motive. Oftmals ist es die Fantasie, die zu bestimmten Motiven anregt. Dann gilt es nur mehr, die richtige Zeit abzuwarten, bis das richtige Licht, die richtige Witterung und dergleichen vorhanden sind, um sich auf den Weg zu machen, und eine Situation künstlerisch abzulichten. Michael Freeman zeigt in seinem Buch „Der fotografische Blick – Bildkomposition und Gestaltung“ (vgl. 2007) die Vielfalt an Überlegungen auf, die in der künstlerischen Fotografie eine Rolle spielen bzw. welche psychologischen Aspekte man zur ästhetischen Wirkungen des Bildes bedenken sollte. Freeman betont auch, dass auch in der Kunstfotografie Zeit nicht unbegrenzt vorhanden ist, weil er der Meinung ist, dass der „richtige Augenblick“ oftmals nur für Bruchteile von Sekunden verfügbar ist und deshalb Timing hier wichtig ist. Allerdings spricht Freeman hier nicht von Zeit im Sinne dieses in dieser Arbeit relevanten Kriteriums. Hierbei geht es

eben nicht um den Zeitdruck, den der Fotograf hat, um bestimmte Fotografien anfertigen zu „müssen“. Der Kunstfotograf ist hierbei frei.

Betrachtet man nun dieses „Anfertigen-Müssen“ innerhalb einer bestimmten Zeit, impliziert dies auch immer einen Auftrag. D.h. ein Dritter gibt den Auftrag dazu, bestimmte Motive abzulichten. Auch hier gibt es Überschneidungen der beiden Kategorien zwischen Kunst und Information. Es seien hier beispielsweise Hochzeitsfotografen genannt. Diese sind zweifelsfrei als Kunstfotografen zu verstehen, welche allerdings einen Auftraggeber – eben ein Hochzeitspaar – haben, für die sie die Bilder anfertigen. In der Werbefotografie (beispielsweise der Modelfotografie) ist dies ebenso. D.h. auch hier sind die Kategorien nun nicht ganz eindeutig zu trennen.

Die Bewertung der Bilder – also ob ein Bild „schön“, „gut“ oder eben nicht ist – fällt hierbei auch meist unterschiedlich aus. Dieser Frage kann man bis tief in die Ausführungen der Ästhetik nachgehen – dennoch kann angenommen werden, dass die Menge der Information, die so ein Bild liefert, sehr viel über die mögliche Kategorisierung des Bildes aussagt. Erkennt man, was auf dem Bild zu sehen ist? In der Kunst ist dies zweifelsohne nicht immer der Fall – dennoch gilt das Bild dann als schön. Ein weiteres Beispiel ist die Kriegsfotografie. Kann auch Schockierendes schön sein? Oftmals werden wir die Frage verneinen. Im Sinne Freemans allerdings geht es bei der Schönheit eines Bildes oftmals darum, wie das Bild aufgebaut, wie akribisch seine Komposition aufgearbeitet wurde – nicht um die Schönheit des Abgebildeten. (vgl. Freeman 2007) Unweigerlich kann in diesem Abschnitt eine philosophische Diskussion entfacht werden. Dies ist allerdings nicht Sinn und Zweck der Ausführungen. Es soll der Blick geschärft werden – nämlich dahingehend, in welchem Auftrag man selbst Fotografien zu bewerten hat, um hierbei eine adäquate Sichtweise entwickeln zu können. Schönheit ist nicht das Maß aller Dinge – so auch wenn es um das Aussehen von Menschen geht. Oftmals spielen vielerlei Dinge eine Rolle, die bei der Bewertung desselben relevant sind. Im Hinblick auf Fotografien spielt eben zur Ästhetik (oder auch Nicht-Ästhetik) von Bildern auch die Menge an Information mit. Von informativen Bildern wird wohl auch ein Mindestmaß an Information erwartet. Kunstbilder hingegen müssen einem Anspruch wie diesem oftmals gar nicht erst gerecht werden bzw. gibt es diesen Anspruch oftmals nicht.

Hinsichtlich der Präsentation der Bilder kann man verallgemeinernd sagen, dass informative Bilder oftmals in Medien zu finden sind und mit einem informativen Text

in Bezug gesetzt werden. „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ – trifft also nicht immer zu. In diesem Fall dienen Informationsfotografien dazu, den Text von Nachrichten zu untermalen, zu dramatisieren, zu (im wahrsten Sinne des Wortes) „veranschaulichen“. Und auch umgekehrt. Bei Kunstbildern bedarf es oftmals keiner erklärenden Worte. Ausschlaggebend sind die Gefühle, die diese Bilder auslösen. Die Künstler geben ihren Fotografien treffende Titel, um das auszudrücken, was das Bild für sie selbst zu bedeuten hat. Der Betrachter hat also hier ganz alleine die Möglichkeit, mittels Titel das zu interpretieren, was ihm seine Fantasie vorgibt. Wiederum ist hier anzumerken, dass keine der Präsentationsarten der jeweils anderen in irgendeiner Weise nachsteht. Der Unterschied wird im Betrachter deutlich. Wird der Betrachter innerhalb der Präsentation von Informationsfotografien in seiner Interpretation eher geführt bzw. geleitet, bleiben in der Kunstfotografie die Interpretationsmöglichkeiten offen – oder besser gesagt „offener“, da der Fotograf selbst, der ja titelgebend für das Bild ist und dessen Emotionen mit in das Bild einfließt, auch mit eine Rolle spielt.

Zum Abschluss soll nun noch auf das Image des Fotografen eingegangen werden. Die Kenntnis des Begriffes des „Paparazzi“ wird hier für den Leser als evident angesehen. Vor allem nach dem Tod von Lady Diana erhielt der Begriff des „Paparazzi“ eine äußerst negative Konnotation. Rössler und Meckel (vgl. 2003, S. 358 ff.) beschäftigten sich eingehend mit dem „diskreten Charme des Voyeurismus“ und arbeiteten zu diesem Thema:

„Die so genannten Paparazzi – Sensationsfotografen, die Prominente ohne deren Einwilligung ablichten – gerieten spätestens seit dem Schicksal von Lady Diana Spencer in die öffentliche Diskussion. Im komplexen Interessengeflecht von Paparazzi, Bildagenturen, Boulevard- wie anderen Medien und deren Publika zwischen Kommunikations- bzw. Informationsfreiheit und den Persönlichkeitsrechten der Abgelichteten abzuwägen wird zu einer ebenso schwierigen wie reizvollen Aufgabe.“
(Rössler/Meckel 2003, S. 358)

Die Autoren datieren die Geburtsstunde des Begriffes „Paparazzi“ in den sechziger Jahren des letzten Jahrhunderts – „als umgangssprachlicher Ausdruck für die Bildre-

porter mit den langen Brennweiten“. (ebd.) Die Rede ist hier also von Sensationsjournalismus, der Fotoreporter – also in diesem Sinne Informationsfotografen – den Ruf gekostet hat. Es liegen keine empirischen Befunde zum Image von Fotografen vor, allerdings wäre anzunehmen, dass sich vor allem zwischen Kunst- und Informationsfotografie das Image von Fotografen deutlich unterscheidet. Ein Thema, das es allemal verdient hätte, empirisch erfasst zu werden. Vor allem wäre in diesem Zusammenhang interessant, anhand welcher Kriterien der Ruf des Fotografen ausgemacht wird.

2.5. Zusammenfassender Überblick

Die Entwicklung der Fotografie – vom 19. Jahrhundert bis in die heutigen Tage – zeigt uns das, was uns auch alle anderen Daten zur technischen Entwicklung zeigen: Innovationen erblicken in immer kürzeren Abständen das Licht der Welt. Die Zeit wird schnelllebiger, was einerseits bedeutet, dass uns immer vielfältigere Handlungsmöglichkeiten eröffnet werden, aber andererseits auch, dass der Bestand der Dinge immer kürzer währt. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ist dieser Umstand – vor allem auch im Hinblick auf die Fotografie – sehr begrüßenswert. Denn mit den immer vielfältiger werdenden Handlungsmöglichkeiten steigt auch die Anzahl der Kommunikationsmöglichkeiten.

Innerhalb dieses Kapitels wurde versucht, die Erfindung des Buchdrucks mit der der Fotografie in Zusammenhang zu bringen. Und es braucht wahrlich nicht viel Fantasie, um hier Analogien feststellen zu können. *„Ist es das Festhalten eines Augenblicks, das Einfrieren eines Moments, der unmittelbar danach der Vergangenheit angehört? Oder ist es die Magie der Technik, dieser erstaunliche Apparat, der es möglich macht, Sekundenbruchteile im Bild festzuhalten? Es ist etwas von beidem – und noch mehr. Das Fotografieren ist wie das Lesen eines spannenden Buchs, das Eintauchen in eine Strömung unwiederbringlicher Augenblicke.“* (Kindermann 2008, S. 5)

Dies bedeutet, dass die Fotografie – sie soll hier vorerst einmal als Abbildung des Realen betitelt werden – einen (wohl bisher unbekannten) hohen Stellenwert für die Kommunikationswissenschaft hat bzw. haben muss. Schon alleine die Frage danach,

was Fotografie in der heutigen Zeit für die Gesellschaft leistet und die dazugehörigen Antworten eliminieren jegliche kommunikationswissenschaftlichen Begründungsnotwendigkeiten, warum Fotografie an sich für das Fach relevant sein könnte. Sie bringt uns Geschichte näher, lässt uns zu Augenzeugen werden, bietet uns Kaufanreize, macht uns Dinge verständlich.

Michael Freeman äußert sich zu den technologischen Veränderungen in der Fotografie hier sehr passend: „... *vielen Aspekte der Fotografie sind unverändert geblieben, sie betreffen im Wesentlichen den Bildinhalt: die Motive und deren Umsetzung. Man könnte auch sagen, den eigentlichen Inhalt der Fotografie.*“ (Freeman 2009, S. 7) Das heißt, auch wenn sich in den technischen Gegebenheiten des Fotografierens binnen sehr kurzer Zeit sehr viel verändert hat, bleibt der Kern der Fotografie über die Geschichte hinweg derselbe – nur die Durchführung wird eine andere.

Sie kommuniziert also mit uns als seinem Rezipienten und Betrachter. Und obgleich die gesamte Fotografie Meilensteine für die Kommunikationswissenschaft gelegt hat, schien es dennoch sinnvoll, hier einen Versuch der Kategorisierung – in Information vs. Kunst – vorzunehmen und diese zu begründen, um möglichen empirischen Untersuchungen zum Thema hier den Einstieg zu erleichtern und eine Basis für mögliche Dimensionen der Fotografie zu legen, an der der jeweilige Forscher weiterarbeiten kann.

3. Fotografie in der (Kommunikations-)Theorie

Nachdem nun das Kernstück dieser Arbeit, nämlich die Fotografie an sich, in ihrer Geschichte, ihrem Werdegang, ihren Erscheinungsformen und ihrer Facetten in der heutigen Zeit aufgearbeitet wurde, soll es nun in einem weiteren Kapitel darum gehen, sich der Theorien hinter der Fotografie anzunähern und diese mit der Kommunikationswissenschaft in Verbindung zu bringen. Natürlich soll es hierbei um die Fotografie im Gesamten gehen. In Anbetracht des technologischen Standes der jetzigen Zeit soll allerdings vor allem auf die Digitalfotografie Bezug genommen werden. Dies impliziert also, dass es sich um Theorien handeln kann, welche vollkommen abgelöst von der technischen Durchführung in Zusammenhang gesetzt werden können, als auch um Theorien, die sich eben auf diese Technizität des Fotografierens beziehen. Hier sei beispielsweise die Medienkonvergenz angesprochen, die beispielsweise zwischen Telefonie und Fotografie in Form von Smartphones stattfindet.

Bevor nun allerdings weitergehende theoretische Ansätze behandelt werden, soll es um die grundlegendste Theorie der Farbfotografie gehen: eben die Farbtheorie.

3.1. Farbtheorie und Farbpraxis

„Vor allem in diesem Kapitel [...] werde ich mich auf die Erfahrung von Malern verlassen. Dafür gibt es zwei gute Gründe. Erstens liegt das Nachdenken über Farbe in der Malerei begründet, die Fotografie begann damit erst vor kurzem. [...] Zweitens hat uns die digitale Fotografie in der Bildgestaltung viele Tore geöffnet, und mit dieser Vielfalt an neuen Mitteln zur Wahl und Kontrolle der Farben in einem Bild ist es nun legitim und wertvoll, einen Blick darauf zu werfen...“

(Freeman 2009, S. 427)

Das Zitat Freemans scheint ein guter Einstieg in die Farbtheorie zu sein. Nämlich deshalb, weil er die Ursprünge der Farbtheorie erwähnt – erstens – und zweitens er damit den Zusammenhang zwischen Malerei und Fotografie eindeutig darlegt. Der Ursprung der Farbtheorie liegt in der Malerei begründet. Und die Fotografie löste ei-

nen Teil der Malerei ab. Alleine dieses Zitat schließt den Kreis zwischen der Geschichte der Fotografie und der heute gelebten Farbpraxis wieder. Zunächst soll aber geklärt werden, was nun Farbe tatsächlich ist, wie sie entsteht und welche Auswirkungen die Verwendung unterschiedlicher Farben hat. Zur ersten Frage – nämlich was Farbe nun ist – liefert Stephan Westphalen eine Erklärung. Er beschreibt Farbe als einen Sinneseindruck, der aus dem Zusammenspiel von Auge und Gehirn entsteht. Für ihn entsteht Farbe also im Kopf und ist „*keine absolute Eigenschaft der Dinge*“ und für jeden Menschen unterschiedlich zu interpretieren. (vgl. Westphalen 2010, S. 399) Dies könnte als psychologische Anschauung von Farbe bezeichnet werden. Es gibt allerdings auch eine technische: Farbe ist ein „*Teilaspekt des Lichts, eine technisch messbare Ausprägung von Lichtwellen*“. (Esen 2010, S. 189) Bereits im 18. Jahrhundert setzte man sich mit Farbmodellen auseinander. Nicht ohne Grund begannen die ersten Gedanken dazu in dieser Zeit – es ist die Zeit, in der Isaac Newtons Optik vorstellte. (vgl. Freeman 2009, S. 439) Besonders akribisch arbeitete Goethe an einer Farbtheorie – den „farbigen Schatten“ im 19. Jahrhundert und versuchte damit die damals gängigen Lehren von Newton und die vorhandenen Ansichten dazu anzufechten. (vgl. Brass 1906, S. 6 ff.) Goethe geht davon aus, dass Licht und Finsternis nur ihrer Wirkung, nicht als Wesenheiten an sich zu erkennen sind. Beide „Wesenheiten“ arbeiten gegeneinander, sodass – sobald eine in den Hintergrund tritt, die andere wieder präsent ist. Das ist die Erklärung für die „Schatten“ in Goethes Ausführungen.

Farbe ist demnach für Goethe nur dann verständlich, wenn man dieses „Urgesetz“ verstanden hat. Licht hat für Goethe keine Farbe. Denn Farbe entsteht nur dort, wo Oberflächen von Gegenständen eine bestimmte Farbe erhalten – eben durch Licht. Es gibt also hierbei auch kein weißes Licht. (vgl. Ott, S. 6 ff.) Die Grundfarben für Goethe

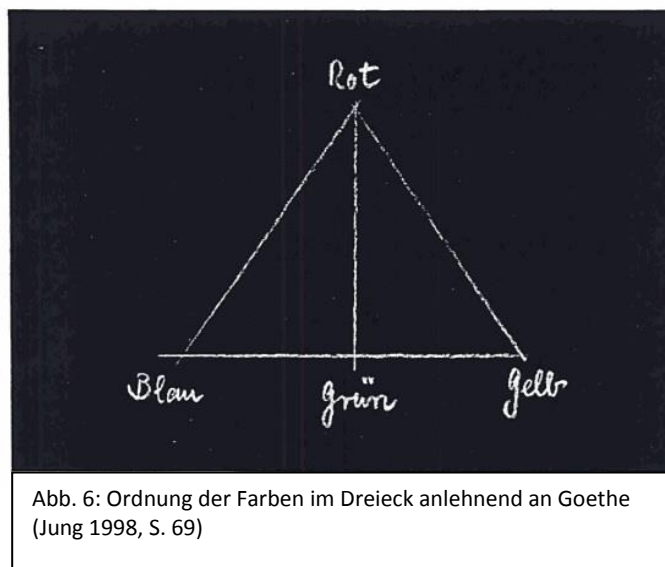


Abb. 6: Ordnung der Farben im Dreieck anlehnend an Goethe (Jung 1998, S. 69)

waren Gelb und Blau. Gelb ist entsprechend dem Licht, der Sonne näher, während

Blau der Finsternis am nächsten ist – wie beispielsweise dem (nacht-)blauen Himmel. Die dritte von Goethe genannte Farbe – Rot – ist nach seinen Ausführungen niemals vollkommen rein vorhanden, sondern bewegt sich auf einer Skala – eben mehr in Richtung Blau oder mehr in Richtung Gelb. Während die Farbe Grün für die Auflösung der Spannung zwischen Gelb und Blau sorgt, indem die beiden Grundfarben gemischt werden (vgl. ebd. S 9 ff.) Die Innovation Goethes liegt nun darin, dass er seine Erkenntnisse direkt aus Beobachtungen in der Natur zieht, während Newton noch versuchte, die Farben seines Farbkreises mit der Musik (den Oktaven und den Tonintervallen) in Verbindung zu bringen. Goethes Grundfarben – Gelb, Blau, Rot können auf einem Dreieck angeordnet werden – siehe dazu auch Abbildung 6 – die jeweiligen Schenkel bilden dann die Mischungen aus diesen Grundfarben. Grün wurde seitens Goethe bereits als Mischung zwischen Blau und Gelb genannt. Orange – als Mischung zwischen Gelb und Rot - und Violett – als Mischung zwischen Blau und Rot – sind hierbei noch zuzufügen.

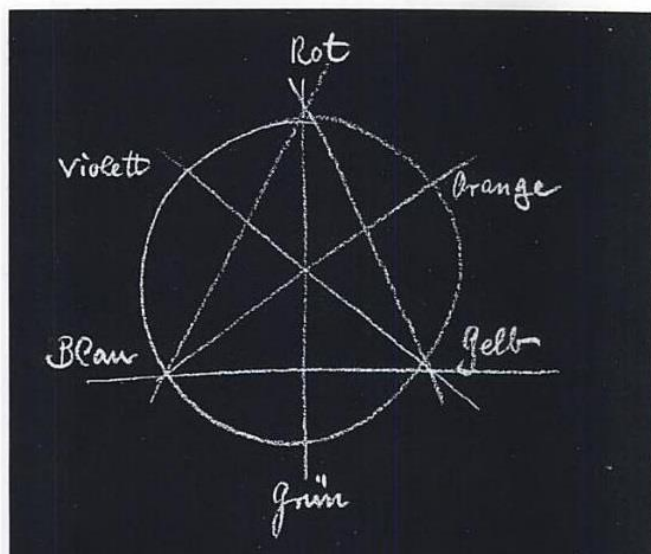


Abb. 7: Ordnung der Farben im Kreis anlehnd an Goethe (Jung 1998, S. 71)

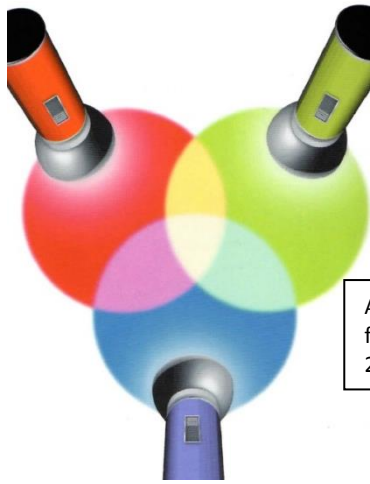
(vgl. Jung 1998, S. 67 ff., siehe auch Abbildung 7)



Abb. 8: Reflektive Grundfarben und ihre Mischung (Freeman 2007, S. 114)

Freeman nennt die von Goethe aufgearbeiteten Grundfarben (Gelb, Blau und Rot) die „drei reflektiven Grundfarben“. Bei ihrer jeweiligen Mischung ergeben diese genau jene Farbtöne, die auch bereits auf Goethes Farbkreis zu erkennen sind. Mischt man alle Farben zusammen, erhält man ein fast reines Schwarz. (vgl. Freeman 2007, S. 114, siehe auch Abbildung 8)

Neben dieser von Goethe ausgearbeiteten Farbmischung sind in der heutigen Zeit vor allem die additive und subtraktive Farbmischung von Relevanz. Die Grundfarben sind hierbei leicht abgeändert.



Die additiven Grundfarben (Rot, Blau und Grün) werden mittels Projektion kombiniert, um die Farben Cyan, Magenta und Gelb (gleichzeitig subtraktive Grundfarben) zu erhalten. Die Kombination aller Grundfarben ergibt dann reines Weiß. (vgl. ebd., siehe auch Abbildung 9)

Abb. 9: Additive und subtraktive Grundfarben und ihre Mischung (Freeman 2007, S. 114)

„Die additive Farbmischung beruht auf der Synthese von Farbreizen, während die subtraktive Farbmischung durch die Modifikation eines Farbreizes durch mehrfache spektrale Absorption entsteht.“ (Jaklitsch 2004, S. 48) Abbildung 10 zeigt also die Grundfarben beider Farbmischungsarten – also die Kombination aus den in Abbildung 9 noch getrennt voneinander gezeigten Grundfarbsystemen.

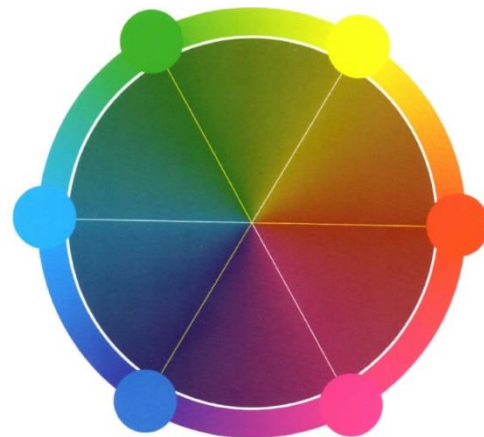


Abb. 10: Farbkreis (Freeman 2007, S. 115)

Weshalb die beiden Farbmischformen den Begriff der „additiven Farbmischung“ bzw. den der „subtraktiven Farbmischung“ erhalten haben, erklärt Walter Jaklitsch wie folgt:

„Bei der additiven Farbmischung wird dem Auge die unterschiedliche Strahlung mehrerer Selbstleuchter oder Fremdleuchter zugeführt. Aus dem Hinzufügen von Strahlung erklärt sich der Begriff ‚additive‘ Farbmischung. Bei der subtraktiven Farbmischung wird die Strahlung einer Lichtquelle durch mehrfache Absorption verändert – bestimmte Anteile werden der Strahlung entzogen –, deswegen die Bezeichnung ‚subtraktiv‘.“ (Jaklitsch 2004, S. 48)

Vor allem die additive Farbmischung war bzw. ist immer noch Grundlage von Computer- und TV-Bildschirmen, Bildbearbeitungsprogrammen, Drucktechnik etc. Die einzelnen Grundfarben (hier erneut Rot, Grün und Blau) verschmelzen zu einer einheitlichen Farbe und ermöglichen uns (durch die Mischung der Primärfarben) das Sehen anderer Farben. Dies liegt in der Beschaffenheit unserer Zapfen (Sehzellen) im Auge begründet. (vgl. ebd.) Das menschliche Auge verfügt über drei Arten von Zapfen, welche jeweils für Rot, Blau oder Grün besonders empfindlich sind. Die Dreifarben- theorie des Sehens erklärt eben diese additive Farbmischung. (vgl. Völcker 1998, S. 58) Durch die drei Rezeptoren für die drei Primärfarben Rot, Grün und Blau können aber nicht nur diese drei Farben unterschieden werden. Die Zapfen messen jeweils die Einzelhelligkeiten der Farben und addieren diese Werte dann zu einem Gesamteindruck, der uns ermöglicht, einen gesamten Farbeindruck zu erhalten. (vgl. Westphalen 2010, S. 400)

Das Nachdenken über Farbe begann also in der Physik und Kunst, bekam dann durch Goethe erst eine philosophische und schlussendlich eine technische Anschauung, welche teilweise bis heute gültig ist und soll uns nun aber zurückführen auf die tatsächliche Wahrnehmung. Anfangs wurde erwähnt, dass die Farbe keine Eigenschaft an sich ist, sondern immer nur in der Wahrnehmung seinen Ausdruck findet. Jede Wahrnehmung ist subjektiv, deshalb ist auch das Farbsehen des Menschen niemals als objektiv anzusehen. Westphalen (vgl. 2010, S. 399) schreibt, dass rund ein Prozent der Frauen und neun Prozent der Männer eine genetisch bedingte Einschränkung in einer der drei verschiedenen Rezeptoren – also Zäpfchen – für Rot, Grün oder Blau haben. Das bedeutet, dass man entweder Rot und Grün oder auch selten Gelb und Blau nicht richtig unterscheiden kann. Farbsehen passiert also für uns Menschen im Gehirn. Und hier kann das Ende der Objektivität festgemacht werden, denn ob ein Grün nun exakt Grün ist, kann wissenschaftlich nicht eindeutig überprüft werden. (vgl. Esen 2010, S. 189) „*Farbsehen ist ein Produkt der evolutionären Anpassung an unseren Lebensraum.*“ (Westphalen 2010, S. 400) Und nicht alle Lebewesen haben sich in derselben Art und Weise angepasst. Wo Hunde beispielsweise weniger Farben wahrnehmen können als der Mensch, wird angenommen, dass Schmetterlinge durch insgesamt fünf Farbrezeptoren auch dementsprechend fünf Farben wahrnehmen können. (vgl. ebd.) Dennoch soll es hier weiter um den Menschen und sein Wahrnehmungsvermögen gehen. West-

phalen bezeichnet Farbe als einen „*Sinneseindruck, der aus dem Zusammenspiel von Auge und Gehirn entsteht. [...] Sie ist keine absolute Eigenschaft der Dinge, und Sie können nicht einmal wissen, ob eine andere Person bei dem, was Sie als ‚rot‘ bezeichnen, denselben Sinneseindruck hat.*“ (Westphalen 2010, S. 399) Und diese Unterschiedlichkeit der Farbwahrnehmung ist nicht nur von Mensch zu Mensch unterschiedlich, sondern die Farbdefinition unterscheidet sich bereits in verschiedenen Kulturen. Inwieweit Farbbereiche also in einem Begriff zusammengefasst werden bzw. wie stark Farben begrifflich getrennt werden, hängt von der jeweiligen Kultur ab. (vgl. ebd.)

Aus dem letzten Absatz lässt sich also ableiten, dass bestimmte Farben von Menschen in bestimmten Kulturen auch bestimmte emotionale Bedeutungen haben und als Symbole für bestimmte Dinge stehen. Demnach entsteht die Farbinterpretation durch die Sozialisation des Menschen. Bevor nun auf Interpretationsbeispiele eingegangen wird, sind Sie als Leser gefragt: Welche Farben kommen Ihnen in den Sinn? Und wofür stehen sie? Auch der Leser wird also feststellen, dass er mit bestimmten Farben unterschiedliche Eindrücke, Situationen, Signale verbindet. Diese Interpretation ist oftmals (zumindest so lange es sich nicht um äußerst persönliche Ereignisse handelt) in Abhängigkeit von der Kultur des jeweiligen Interpreten ähnlich.

Diese Farbinterpretation kann auch als „Farbwirkung“ bezeichnet werden. Diese Farbwirkung kann allerdings nun in „Symbolik“ und „körperliche Reaktion“ unterteilt werden. Als Beispiel sei hier die Farbe Rot angeführt. Sie steht für Aggressivität und erhöht den Blutdruck. Ersteres ist eine erlernte Interpretation der Farbe – sie strahlt also Aggressivität aus. Zweiteres ist die körperliche Reaktion auf diese Symbolik. (vgl. Hammer 2008, S. 183) Farben kommunizieren also mit ihren Betrachtern – ebenso, wie gesamte Bilder kommunizieren, können also auch einzelne Farben bereits „Geschichten“ erzählen.

Funktionsfarben

Farben dienen – wie bereits erwähnt - unter anderem klar als Kommunikationsmittel – nämlich als Funktions- bzw. Signalfarben. So werden Farben wie diese beispielsweise im Verkehr, von Polizei, Feuerwehr, Rettungsdienst und deren Einsatzkräften, ver-

wendet. (vgl. Hammer 2008, S. 184, f.) Man denke hierbei nur an die Ampelsymbolik. Man kann sagen, dass diese Signalfarben mittlerweile so in die Menschheit integriert sind, weil sie unter anderem für das „Überleben des Menschen“ stehen. Zwar befinden wir uns zur heutigen Zeit nicht mehr in der akuten Gefahr der Wildnis, dennoch scheinen uns Signalfarben vor Gefahren zu schützen, die das Leben bedrohen. Abbildung 10 zeigt eine Übersicht dieser Funktions- bzw. Signalfarben und deren Wirkung bzw. Verwendung:

Farbe	Allgem. Bedeutung	Anwendung
Gelb	Achtung	Vorfahrtstraße
Orange	Achtung, Gefahr	Ampel, Gefahrgutzeichen
Rot	Halt, Gefahr	Ampel, Stoppschild, Notschalter Verbotsschilder
Grün	Sicherheit, in Ordnung	Fluchtwege, Erste Hilfe Ampel, Kontrollleuchten
Blau	Hinweis, Gebot	Richtgeschwindigkeit, Gebotsschilder
Weiß	Führung	Leitstreifen, Richtungspfeil, Bodenmarkierung

Tabelle 1: Funktionsfarben (Hammer 2008, S. 185)

Hammer verweist darauf, dass einige dieser Farben sich vor allem ihre hohe Aufmerksamkeitswirkung durch den hohen Buntgrad etabliert haben, während andere Farben wiederum durch die Hervorhebungseffekte des Unbuntkontrastes bzw. des Hell-Dunkelkontrastes wirken. (vgl. Hammer 2008, S. 184) Der Unbuntkontrast bedeutet, dass die Wirkung einer Farbe auf weißem oder schwarzem Hintergrund besonders intensiv ist. Die Wirkung wird ähnlich des Komplementärkontrastes beschrieben, der wiederum aussagt, dass zwei Farben, welche sich im Farbkreis (siehe Abbildung 9) gegenüberliegen, eine besonders starke Wirkung erzielen.

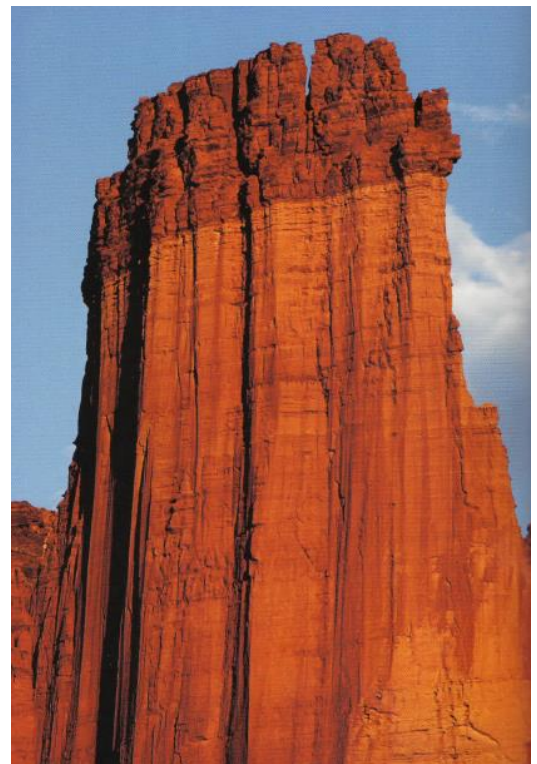


Abb.11: Komplementärkontrast zwischen Blau und Orange (Freeman 2007, S. 118)

Exkurs: Farben & Kontraste

Um ein Beispiel zu nennen: Blau und Orange liegen sich im Farbkreis gegenüber. Werden nun dieselben Farben in ein und demselben Bild verwendet, sorgt dies für einen besonders starken Kontrast. (vgl. Peithmann 2011, S. 57) Die Technik des Komplementärkontrastes wird auch in der Fotografie – hier vor allem in der Kunstfotografie – sehr gerne angewendet, um ein Bild interessanter zu gestalten und den Blick des Betrachters zu bannen. Abbildung 11 zeigt eine Fotografie Michael Freemans, die zur Veranschaulichung dieses Kontrastes in seinem Buch „Der fotografische Blick“ verwendet wurde.

In Bezug auf Farbkontraste spielt auch noch der Quantitätskontrast eine wichtige Rolle. Diese Art von Kontrast bezieht sich auf die Größen der unterschiedlichen Farbflächen. Jede Farbe bekommt hierbei ein anderes „optisches Gewicht“. Bereits Goethe hat diese Gewichte in seiner Farbtheorie angesprochen. Die „Formel“ Goethes war hierbei folgende:

Gelb : Orange : Rot : Grün : Blau : Violett

entspricht einem Verhältnis von **9 : 8 : 6 : 6 : 4 : 3**.

Grün und Rot wären also hier gleichwertig, während Orange und Blau beispielsweise hier sehr unterschiedlich ausfallen: Orange ist doppelt so auffallend wie Blau, daher sollte der blauen Farbe hier auch die doppelte Fläche zugesprochen werden, damit beide Farben gleichwertig erscheinen. (vgl. Peithmann 2011, S. 57)

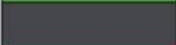
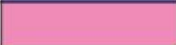
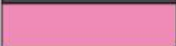
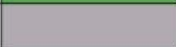
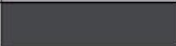
Lieblingsfarben		Unbeliebteste Farben	
	38% Blau		27 % Braun
	20 % Rot		11 % Orange
	12% Grün		11 % Violett
	8 % Schwarz		9 % Rosa
	5 % Rosa		9 % Grün
	5 % Gelb		9 % Grau
	3 % Weiß		8 % Schwarz

Tabelle 2: Lieblingsfarben der Deutschen nach Heller (Hammer 2008, S. 188)

Kulturen gegeben wurde und welche auch bis heute noch

Nach diesem kurzen Exkurs in die Welt der Kontraste soll es nunmehr wieder darum gehen, welche Symbolik den Farben eigen ist bzw. welche Symbolik ihnen von

fest in den Gedanken der Menschen verankert sind. Zunächst ist eine Untersuchung zu Farbpsychologie und Farbsymbolik von der Psychologin Eva Heller bemerkenswert (vgl. Heller 2004). Diese zeigt, welche Farben die Deutschen als ihre Lieblingsfarbe bezeichnen. Hammer hat die Ergebnisse Hellers zusammengefasst:

Hieraus ließe sich ablesen, dass vor allem die reinen Farben als Lieblingsfarben gelten, während Mischfarben eher unbeliebt sind. Allerdings kritisiert Hammer an der Befragung, dass keinerlei Nuancierungen abgefragt wurden. Dies würde die obige Schlussfolgerung wieder relativieren. Bemerkenswert ist aber, dass Schwarz sowohl innerhalb der beliebten, als auch der unbeliebten Farben zu finden ist, während Weiß nicht als unbeliebt angesehen wird. Wenn nun auch die allgemeine Feststellung nicht gültig ist, stellt sich dennoch die Frage, warum manche Farben beliebter sind als andere und vor allem: Warum können bestimmte Farben sowohl positiv als auch negativ wirken? Dahingehend ist es zunächst wichtig, dass die unterschiedlichen Wirkungen, die Farben haben können, herauszuarbeiten. Heller erwähnt in ihrer Untersuchung folgende unterschiedlichen Wirkungsarten von Farben:

- ***psychologische Wirkung***
- ***symbolische Wirkung***
- ***kulturelle Wirkung***
- ***politische Wirkung***
- ***traditionelle Wirkung***
- ***Kreative Wirkung***

(vgl. Heller 2004 zit. nach: Böhringer/Bühler/Schlaich 2006, S. 36)

Je nachdem, aus welchem Blickwinkel eine Farbe betrachtet wird, kann also aus einer positiven Wirkung eine negative werden und umgekehrt. Um hier am Beispiel der Farbe Schwarz zu bleiben: Während Schwarz einerseits edel, mächtig und sachlich wirken kann, wird aus einer anderen Perspektive Trauer. Daher muss es bei Untersuchungen zur Farbwirkung – nicht nur in der Psychologie, sondern auch in der Kommunikationswissenschaft – immer einen Bezug zur Wirkungsart geben. Die Perspektive der Betrachtung ist von großer Bedeutung.

Welche unterschiedlichen Bedeutungen nun einzelne Farben haben bzw. haben können soll nachfolgend kurz zusammengefasst werden.

Rot

Es soll hierbei nun also mit der „Farbe der Liebe“ begonnen werden. Bereits diese Bezeichnung der Farbe impliziert eine Art Klischee, die der Farbe eigen ist. Man geht davon aus, dass Rot bereits in der Evolution eine Art Signalfarbe darstellte. Man denke hierbei nur an Blut. (vgl. Mohr 2011, S. 104) Entsprechend kann diese Farbe Gefahr, Angst und Aggression bedeuten. In Bezug auf die körperlichen Reaktionen wirkt Rot unruhig. Menschen in rot eingerichteten Räumen haben sogar tendenziell einen erhöhten Adrenalinpiegel und Herz- bzw. Atemfrequenz, sowie der Blutdruck steigen an. (vgl. ebd.)

Rot signalisiert also Gefahr, man assoziiert sie allerdings auch mit Wärme und Sinnlichkeit. (vgl. Westphalen 2010, S. 402) Hier zeigt sich der bereits weiter oben erwähnte Gegensatz der Wirkungen – einerseits positiv, andererseits negativ. Angeli und Kundler stellen positive und negative Eigenschaften der Farben gegenüber. Entsprechend sind als negative Wirkung der Farbe Rot hier *Krieg, Gefahr, Wut, Teufel, Brutalität, Zorn, Hass und Dominanz* angeführt, während als positive Wirkungen *Kraft, Erotik, Sieg, Leidenschaft, Liebe, Sexualität und Energie* erwähnt werden. (vgl. Angeli/Kundler 2011, S. 497)

Rot steht am langwelligen Ende des Farbspektrums und wird in der Atmosphäre am wenigsten gestreut. Rot kann also auf der Erde am besten erkannt werden, weil sie auch bei schlechten Lichtverhältnissen auf geradem Wege durch die Atmosphäre findet – der Sonnenuntergang ist hierfür das wohl beste Beispiel. (vgl. Westphalen 2010, S. 402). Mohr verweist noch darauf, dass gerade Rot in Präsentationen und Visualisierungen sehr sparsam eingesetzt werden sollte. Rot ist ihm zufolge schlecht lesbar und sollte auch nicht als Grundfarbe für Texte oder Grafiken verwendet werden. Die Kombination mit Grün sollte aufgrund der bereits erwähnten und möglichen Farbenblindheit von bestimmten Menschen vermieden werden. (vgl. Mohr 2011, S. 105)

Gelb

Wie bereits weiter oben nachzulesen, ist gelb eine Funktions- bzw. Signalfarbe – ebenso wie Rot. Beispielsweise das Warnschild für Radioaktivität. Es erstrahlt in

leuchtendem Gelb und wird durch Schwarz noch mehr hervorgehoben. Ebenso findet sich dieser Schwarz-Gelb-Kontrast auch in der Tier- und Pflanzenwelt als Signalfarbe. Vor allem giftige Tiere signalisieren ihre Tödlichkeit mit solchen Farben. Allerdings ist Gelb auch warm und lebendig, aktiv und dynamisch. (vgl. Westphalen 2010, S. 403)

Nach Angeli und Kundler ist Gelb eine Naturfarbe – sie steht für Gold, Sonnenlicht und Sommer. Allerdings arbeiteten die beiden wieder die Gegensätze der Farbwirkung heraus. So steht Gelb im positiven Sinne für *Freude, Optimismus, Frische, Heiterkeit, Wissen, Ernte und Licht*, während im negativen Sinne *Feigheit, Verrat, Gefahr, Krankheit, Eifersucht, Herbst, Reife und Neid* aufgezählt werden. (vgl. Angeli/Kundler 2011, S. 497)

Mohr hebt bei Präsentationen und Visualisierungen den optimistischen Charakter dieser Farbe hervor, der sie als Hintergrundfarbe sehr geeignet macht. Wobei hier darauf geachtet werden sollte, dass Gelb nicht in Form der Signalfarbe – also in grellem schrillen Ton – sondern als pastellige Farbe verwendet werden soll. (vgl. Mohr 2011, S. 104)

Grün

„Das menschliche Auge kann mehr Grüntöne unterscheiden als Töne jeder anderen Farbe.“ (Westphalen 2010, S. 404) Das mag daran liegen, dass es die Farbe der Natur ist und der Mensch in der Evolution der Natur ausgesetzt war. Als Signalfarbe – siehe im letzten Abschnitt – steht Grün für Hinweise bzw. für Sicherheit und Ordnung. Sie ist innerhalb der Signalfarben die einzige Farbe, die uns signalisiert, dass etwas gut ist, während die anderen Farben auf Gefahren hinweisen und uns zur Vorsicht aufrufen.

Mohr beschreibt Grün als warm, beruhigend, erholsam, heimelig und hoffnungsfroh (vgl. Mohr 2011, S. 105) Für Angeli und Kundler steht Grün für Pflanzen, Natur, Wiesen und Wälder und strahlt *Hoffnung, Jugend, Geborgenheit, Fruchtbarkeit, Sicherheit und Triumph* aus. Aber auch diese Farbe birgt negative Assoziationen wie *Unerfahrenheit, Neid, Gleichgültigkeit, Stagnation, Geiz, Pech* (vgl. Angeli/Kundler 2011, S. 497) und des Weiteren kann sie auch für *Gifte oder Krankheit* stehen. (vgl. Westphalen 2010, S. 404)

Mohr verweist darauf, dass gerade Grün optimal für die Visualisierung von Fortschritt und Innovation verwendbar ist. (vgl. Mohr 2011, S. 105)

Blau

Blau ist das kurzwelligste und gleichzeitig das energiereichste Licht im Farbspektrum und wird am ehesten gestreut. Das ist auch die Begründung dafür, dass Berge in der Ferne oftmals blau erscheinen. Blau ist auch die dunkelste Farbe im Farbspektrum – im Gegensatz zu Gelb – sie ist die hellste. Interessant ist auch, dass das Auge auf blaue Flächen anders fokussiert als auf beispielsweise rote Flächen. Nicht zuletzt deshalb wird Blau auch mit Ferne und Sehnsucht assoziiert. (vgl. Westphalen 2010, S. 405) Blau hat eine rationale und eine romantische Seite – so steht die Farbe für Angeli und Kundler für Wasser und Himmel und strahlt im positiven Sinne *Ruhe, Ferne, Weite, Fantasie, Vertrauen, Schönheit, Stabilität und Frieden* aus. (vgl. Angeli/Kundler 2011, S. 497) Auch Blau ist eine Funktionsfarbe und steht für *Hinweise bzw. Gebote* – das kommt wiederum mit der von Angeli und Kundler angeführten Stabilität überein und auch Mohr verweist auf die vertrauenserweckende, stabile, zuverlässige und seriöse Eigenschaft von Blau. (vgl. Mohr 2011, S. 105) Gleichzeitig ist Blau eine kühle Farbe. Westphalen merkt an, dass Menschen in blauen Badezimmern bei gleicher Temperatur eher frieren als in Bädern, die in anderen Farben gehalten sind und auch Mohr verweist auf dieses Temperaturempfinden in Kombination mit der Raumfarbe. (vgl. Westphalen 2010, S. 405 und Mohr 2011, S. 105) Entsprechend zeigen sich die negativen Seiten der Farbe Blau für Angeli und Kundler in den Assoziationen mit *Kälte, Nachlässigkeit, Melancholie, Traamtänzerei und Passivität*. (vgl. Angeli/Kundler 2011, S. 497)

Schwarz

Liest man zu Beginn dieses Kapitels zur Farbtheorie Goethes nach, lässt sich Schwarz eigentlich gar nicht als Farbe fassen. Nach Goethe ist Schwarz die Eigenschaft von Dunkelheit, während Weiß die Eigenschaft von Licht darstellt. Haarmann stellt Schwarz zwar als eine Farbe dar, betont allerdings ihre Andersartigkeit in Bezug auf die anderen Farben:

„Der menschliche Farbsinn erkennt intuitiv, dass Schwarz anders ist als Farben wie Gelb oder Rot. Vom Standpunkt der menschlichen Perzeption ist Schwarz eine unbunte Farbe, und damit steht sie im Kontrast zu allen bunten Farben. Als physikalische Realität sind allerdings alle Farben Manifestationen unbunter Energie.“ (Haarmann 2005, S. 20)

Schwarz wird oft mit Religion bzw. religiösen Traditionen, Magie, Mystik und Geisterhaftigkeit in Verbindung gebracht. Alleine daraus ergibt sich eine negative Konnotation dieser Farbe – wird beispielsweise in der jüdischen bzw. christlichen Tradition die Gottheit an sich als Lichtgestalt dargestellt, muss zwangsweise das Gegenteil dazu in der Dunkelheit liegen. Im Christentum gilt Schwarz als Farbe der Trauer und wird mit dem westlichen Himmel – man denke an den Sonnenuntergang als das Sterben eines Tages – in Verbindung gebracht. Schwarz ist auch nicht unbedingt eine Glücksfarbe. Die schwarze Katze des Nachbarn oder der schwarze Rabe in Hexenmärchen – sie alle bringen in der mythischen Welt kein Glück. (vgl. Haarmann 2005, S. 71 ff)

Für Angeli und Kundler steht Schwarz für Dunkelheit, Nacht und Kohle und verweist im positiven Sinne auf *Energie, Stabilität, Förmlichkeit, Würde und Ansehen*. Im negativen Sinne – wie bereits mit dem Bezug zur Religion angesprochen – steht Schwarz oftmals für *Leere, Angst, Trauer, Tod, Böses, Stille, Härte und Egoismus*. (vgl. Angeli/Kundler 2011, 497)

Mohr vergleicht die Farbe Schwarz mit Individualität, Geheimnisvölle und Abgrenzung und bezieht sich dabei auf bestimmte Jugend-Subkulturen, deren Abgrenzungsmerkmal eben diese Farbe ist. (vgl. Mohr 2011, S. 104)

Im Sinne der Fotografie kommt der Farbe eine besondere Bedeutung zu – denn sie ist Kontrastgeber. Die Anfänge der Fotografie hielten sich in der Schwarz-Weiß-Fotografie auf. Diese Art von Fotografie kann also auch als künstlerische Stilrichtung verstanden werden. Schwarz hebt die bunten Farben in ihrer Intensität an – d.h. die Vorzüge der bunten Farben kommen in Kombination mit Schwarz besser zur Geltung. Nicht zuletzt wird dies auch in der Mode verwendet. Schwarz kommt in der additiven Farbmischung (siehe am Anfang dieses Kapitels) zustande, wenn man Rot, Grün und Blau miteinander vermischt.

Im Sinne von Goethe betrachtet, ist Weiß das genaue Gegenteil von Schwarz. Dem Schwarz des Schattens steht das Weiß des Lichtes gegenüber. Obgleich in diesem Sinne auch Weiß nicht als Farbe zu betrachten ist. „*Weiß ist physikalisch gesehen keine Farbe, sondern die Summe aller Farben des Lichts*“ (Bartel 2003, S. 101)

Ebenso wie Schwarz geht die Bedeutung der Farbe Weiß auf eine lange Geschichte zurück. Bartel verweist auf die Verwandtschaft des Wortes „Weiß“ mit dem Wort „Weizen“ – der wichtigsten Nahrungspflanze des Menschen. Vor allem im Englischen wird dies deutlich: „White“ – weiß, „wheat“ – Weizen. Weiß wurde nach der französischen Revolution zur Modefarbe – vor allem für Frauen. Deshalb wird Weiß heute noch als „weibliche Farbe“ gesehen, während Schwarz als „männliche Farbe“ deklariert wird. Dies sieht man auch heute am klassischen Dress Code oder bei Hochzeiten, wenn Männer im schwarzen Anzug oder Smoking erscheinen, während die Dame im Hochzeitskleid in schlichtem Weiß gehalten ist. Weiß bedeutet allerdings auch Kapitulation. Die „weiße Fahne“ ist heute noch ein Begriff dafür. (vgl. Bartel 2003, S. 101 f.)

Für Angeli und Kundler steht die Farbe für Engel, Wolken, Eis und Schnee und impliziert positiverweise *Reinheit, Unschuld, Klarheit, Erhabenheit, Frieden, Sauberkeit und Neues*. Aber auch negative Aspekte werden hervorgehoben: Weiß assoziiert man auch gerne mit *Kälte, Verletzlichkeit, die bereits genannte Kapitulation, Sterilität und Unnahbarkeit*. (vgl. Angeli/Kundler 2011, S. 497)

Aus fotografischer Sicht ist Weiß das Ergebnis der subtraktiven Farbmischung, wenn die Farben Cyan, Magenta und Gelb vermischt werden. In der Schwarz-Weiß-Fotografie ist es der Gegenspieler zu Schwarz – es ergibt sich also der höchste Kontrast zwischen Weiß und Schwarz. Vor allem Weiß kann in der Fotografie zu Herausforderungen führen, vor allem, wenn es um die Frage des Weißabgleiches geht.

Gerade zu den Farben Weiß und Schwarz gäbe es – vor allem auch historisch – viel mehr zu sagen, als in dieser Arbeit Platz findet. Doch vorrangig ging es darum, einen Eindruck dahingehend zu verschaffen, was einzelne Farben aussagen und wie man sie als Kommunikator nutzen kann, wenn man um ihre Aussagekraft weiß. Natürlich sind nun nicht alle Farben des Farbspektrums aufgearbeitet worden. Die Grundfarben der

subtraktiven Farbtheorie fehlen hier – absichtlich. Natürlich haben auch diese Farben ihre Aussagen und Assoziationen, allerdings geht es in dieser Arbeit nicht darum, die Bedeutung der Farben auszuarbeiten, sondern das Auge dafür zu schärfen, dass bestimmte Farben bestimmte Dinge kommunizieren und man dies – vor allem in der Mediengestaltung und kommerziellen Kommunikation – auch immer mitzudenken hat. Dies sollte mit dem Auszug der sechs erwähnten Farben gelungen sein. Es folgt nun noch ein kurzer Exkurs in Befunde zum Zusammenhang zwischen den menschlichen Sinnen und Farben.

Exkurs: Sinn & Farbe

Weiter folgend soll nun auf die bereits beschriebene und erklärte Farblehre eingegangen werden. Welche Assoziationen und Bedeutungen mit bestimmten Farben einhergehen (können) wurde bereits vorab dargelegt. Dazu sollen nun psychologische Befunde vorgelegt werden, welche die Farbwirkung (vor allem für die Kommunikationswissenschaft) näher beschreiben. Zunächst sei auf Baumgarth verwiesen, der in seinem Buch „Markenpolitik“ – einem eigentlich betriebswirtschaftlichen Werk – unter anderem auf den Zusammenhang von Farbe und Sinneswahrnehmung verweist. (vgl. Baumgarth 2008, S. 66) Oftmals wird beispielsweise von „kalten“ oder „warmen“ Farben gesprochen – dies wäre nach Baumgarth bereits eine solche Kategorisierung nach Temperatur. (vgl. ebd.)

Nachstehende Tabelle zeigt auf, wie Farben mit den menschlichen Sinnen assoziiert werden:

	Gelb	Grün	Blau	Rot	Rosa
Gewichtsempfinden	leicht; je heller das Gelb, umso leichter wirkt es	variiert mit der Helligkeit	variiert mit der Helligkeit	variiert mit der Helligkeit	leicht
Tastsinn	weich; besonders wenn es ins Rötliche geht	nicht ausgeprägt	hellblau = weich dunkel = hart	dunkelrot = eher rau	zart, sehr weich
Geschmack	grünlich = sauer rötlich = süß	bitter, salzig	fast neutral	würzig, knusprig, scharf	süßlich
Temperatur	warm, heiß mit rötlicher Färbung	frisch, kühl	kühl, frisch bis sehr kalt	warm, heiß	Hauttemperatur

Tabelle 3: Assoziationen von Farben hinsichtlich der Sinneswahrnehmung anlehnend an Behrens und Linxweiler (Baumgarth 2008, S. 66)

„Diese Farbassoziationen führen u.a. dazu, dass bestimmte Produktklassen dominierende Farbcodes (z.B. Tiefkühlkost: blau; Pommes frites: gelb; Spülmittel: grün und gelb) aufweisen.“ (Barth 2008, S. 66) Ebenso wie Produktverpackungen können auch Fotografien unsere Sinne (außer dem Sehsinn) ansprechen, bestimmte Emotionen hervorrufen oder auch bestimmte Einstellungen und Schemata aktivieren und Aufmerksamkeit erregen.

Das nächste Kapitel setzt sich nach der Farbenlehre nun näher mit dem Konstruktivismus auseinander.

3.2. Konstruktivismus

Eine Auseinandersetzung mit medial vermittelten Inhalten und Informationen setzt eine Auseinandersetzung mit dem Konstruktivismus voraus. Die Ideen des Konstruktivismus lassen sich aber ebenso auf Bildmaterial anwenden und sind nicht lediglich auf textliche Informationsvermittlung beschränkt. Zumal – wie anfangs bereits erwähnt – Bilder stetig mit Sprache zusammenhängen, kann auch bei textlicher Information von „mental Bildern“ gesprochen werden, welche anhand von Worten Bilder in unserem Bewusstsein hervorrufen. Diesen „mental Bildern“ sind entsprechend Emotionen, Sichtweisen und Einstellungen eigenen, die der Mensch mit ihnen verknüpft. Es ist daher einleuchtend, dass diese Perspektive im Hinblick auf die Fotografie sowohl den Fotografen als Kommunikator als auch den Rezipienten bzw. den Betrachter mit einschließt. Bereits Gerhard Maletzke zeigt in seinem Modell zum Feld der Massenkommunikation auf, dass Kommunikator und Rezipient in einem Verhältnis von Interdependenzen stehen und somit nicht isoliert voneinander betrachtet werden können. Ebenso spricht Maletzke an, dass sowohl Kommunikator als auch Rezipient unterschiedliche Voraussetzungen mitbringen, welche die Kommunikationssituation erheblich beeinflussen können. Ein weiteres wesentliches Kriterium ist das jeweilige Fremdbild von Kommunikator und Rezipient - sowohl das Produktions- als auch das Rezeptionsverhalten hängt mitunter stark von jenem Bild ab, das der Kommunikator vom Rezipienten hat und umgekehrt. (vgl. Burkart 2002, S. 499 ff.)

Um sich anhand dessen nun dem Konstruktivismus annähern zu können, muss zunächst darauf verwiesen werden, dass der Konstruktivismus nicht als einheitliche Form einer Theorie verstanden werden kann. Es gibt kein einheitliches Konstruktivismus-Konzept. Die unterschiedlichsten Fachrichtungen haben vielfältigste Anschauungsweisen und Perspektiven entwickelt, die den Konstruktivismus in ebenso vielfältigen Positionen enden. Es handelt sich also um einen lebendigen Diskurs, welcher nicht als abgeschlossen gilt, sondern immer wieder neu entfacht wird. (vgl. De Haan/Rückler 2009, S. 7) Doch so viele Perspektiven es auch geben mag, gilt zumindest eine Grundannahme als Kernstück des Konstruktivismus:

„der Konstruktivismus lehrt, dass eine Aussage darüber, wie die Welt ‚da draußen‘ in Wirklichkeit beschaffen sei, nicht zu haben ist. Was wir sehen, hören, riechen, ertasten, worüber wir Naturgesetze kennen und was wir alltäglich erleben, das sind unsere Interpretationen, die auf unserem Wahrnehmungsapparat, unseren kulturellen Gegebenheiten und individuellen Erfahrungshintergründen basieren. Zu wissen, wie die Dinge in Wirklichkeit beschaffen sind, würde erstens bedeuten, dass die Wirklichkeit von allen Organismen, die sie wahrnehmen können, identisch wahrgenommen würde und zweitens auch dann noch so wäre, wie wir sie beschreiben, wenn es niemanden gäbe, der die Dinge beschreibt.“ (De Haan/Rückler 2009, S. 7 f.)

Genau genommen verändert sich die Wirklichkeit also schon mit der Betrachtung. Wenn man nun versucht, diese konstruktivistische Grundannahme mit dem letzten Kapitel – der Farbtheorie – in Einklang zu bringen, würde das nun folgendes bedeuten: vorerst würde jeder zustimmen, wenn man sagt, dass die Blätter eines Baumes im Sommer grün sind. Aber sind sie das denn in *Wirklichkeit*? Die Farbtheorie hat gelehrt, dass die Farbe keine absolute Eigenschaft der Dinge ist. Entsprechend sind Blätter nicht an sich grün. Sie reflektieren nur eine bestimmte Wellenlänge des Lichtes, die mittels der menschlichen Rezeptoren als grüne Farbe wahrgenommen werden. D.h. im engeren Sinne, dass das Bild des Baumes mit den leuchtenden grünen Blättern ein vom Betrachter konstruiertes Bild ist. Nun hat das angesprochene Beispiel den Vorteil, dass nahezu alle Menschen (bis auf die bereits angesprochene Farben-

blindheit) die Lichtreflexion als Grün wahrnehmen können. Aber bereits die Farbenblindheit lässt Zweifel aufkommen, wenn es um die postulierte Wirklichkeit geht. Die Ursache für die „verfälschte Farbwahrnehmung“ wird hier auf eine Anomalie der menschlichen Anatomie geschoben – aber genau diese Anomalie kann gleichzeitig den Wirklichkeitsbegriff im Farbsehen hinterfragen.

Umgelegt auf die kommunikationswissenschaftliche Sicht müssen die oben angesprochenen Vorerfahrungen und Voraussetzungen von Maletzke miteingebunden werden. Vorhandenes Wissen, vorhandene Einstellungen und Emotionen werden in die Interpretation von Gesehenem miteingebracht. Versucht man nun, dies aus Perspektive der Fotografie zu sehen, wird schnell verständlich, worauf dieses Kapitel im Grunde hinaus will: sowohl Fotograf als auch Betrachter blicken zwar auf die Wirklichkeit (der Fotograf bevor er den Auslöser betätigt und der Betrachter im Nachhinein, beim Betrachten der Abbildung) allerdings sind diese Wirklichkeiten bereits modifiziert. Der Fotograf wählt bereits beim Bildausschnitt einen Ausschnitt der Wirklichkeit. Die Wirklichkeit an sich wird also beschnitten, um etwas zu erzählen, das dem Autor des Bildes wichtig ist. Eng verknüpft mit diesem Ausschnitt ist die Informations- bzw. Botschaftsabsicht des Fotografen. Er legt etwas von sich in das Bild, um es jemandem – in diesem Falle dem Betrachter - mitzuteilen. Der Betrachter hingegen erhält das Bild – bereits durch den gewählten Bildausschnitt modifiziert. Das bedeutet also, dass Bilder Menschen zwar zu Augenzeugen machen können, allerdings nur soweit, wie der Fotograf dies zulässt. Mit der Betrachtung der Fotografie modifiziert der Betrachter das Bild nun ein zweites Mal, indem er seine eigenen Erfahrungen, Anschauungen und sein Wissen in das Bild hineinlegt und das Bild so in seine vorhandenen Strukturen integriert. D.h. das Bild vermittelt eine sekundäre Wirklichkeit. Das ist auch in den Medien der Fall. „*Die reale Welt steht versus die künstliche, Primärerfahrung versus Sekundärerfahrung.*“ (Neuhausen 2008, S. 157) Die Primärerfahrung – nämlich die Erfahrung mit der Realität ohne Bildausschnitt – kann zwangsweise nur der Fotograf machen. Indem der Fotograf den Auslöser betätigt, konstruiert er die Basis für eine Sekundärerfahrung seitens des Betrachters. Bilder mögen zwar den Anschein erwecken, dass sie ihre Betrachter zu Augenzeugen werden lassen, aber auch hier zeigt sich, dass diese Annahme nur begrenzt zulässig ist.

Hans Westmeyer und Hannelore Weber setzen sich in ihrem Artikel „Der Mensch als konstruierendes Wesen“ mit der „*Psychology of Personal Constructs*“ von George

Kelly auseinander. (vgl. Westmeyer/Weber 2011, S. 78-91) Kelly versteht demnach den Menschen als „Wissenschaftler“ – die Welt ist dementsprechend ein unendlicher Prozess, der nie endet und der Mensch, der zum einen Teil dieser Welt ist und zum anderen diese Welt interpretiert, differenziert und repräsentiert. Dieses Interpretieren, Differenzieren und Repräsentieren wird hier mit Konstruktion gleichgesetzt. Und auch diese Konstruktionen werden wiederum Teil dieser Welt. Diese Konstruktionen dienen der Vorhersage und Kontrolle von Ereignissen in der Umgebung des Menschen. (vgl. Westmeyer/Weber 2011, S. 81 ff.)

„Im zeitlichen Verlauf betrachtet können wir unsere Konstruktionen als Aufeinanderfolge sukzessiver Approximationen (an die Realität) verstehen, wenn wir, wie dies ein Wissenschaftler tun sollte, aus unseren gescheiterten Vorhersagen lernen. Wenn wir eine Vorhersage machen, prüfen wir zugleich unsere Konstruktionen.“ (Westmeyer/Weber 2011, S. 83)

Hierbei kann auf den in der Wissenschaft postulierten kritischen Rationalismus Karl Poppers verwiesen werden, dessen Idee das „Trial and Error“-Verfahren ist. D.h. die von Menschen erbrachten Konstruktionen bleiben nicht in der Art und Weise bestehen, wie sie einmal konstruiert wurden, sondern werden stetig adaptiert und dem (neuen) Wissen angepasst. *„Was für das Denken im Bereich der Wissenschaft gilt, gilt auch für das Denken der Menschen im Alltag.“* (ebd.)

Näher expliziert Kelly seine Vorstellung des Menschen als konstruierendes Wesen in einem Axiom und darauf aufbauenden elf Korollarien. (siehe Tabelle 1). Diese konstruktivistische Sichtweise hat nicht nur Auswirkungen auf die Perspektive, die man aus Sicht der Wissenschaft auf die Fotografie, den Fotografen und den Betrachter wirft, sondern auch für die wissenschaftliche Forschung an sich. Objektivität ist das höchste Gut der Wissenschaft. Es wird nahezu zwanghaft versucht, als Forscher eigene Standpunkte auszuschalten, um der geforderten Objektivität der Wissenschaft gerecht zu werden. Aus konstruktivistischer Sicht kann es allerdings diese Objektivität gar nicht geben. Denn Objektivität würde bedeuten, dass der Forscher – wenn er angibt, objektiv auf seinen Forschungsbereich geblickt zu haben – sich anmaßt zu behaupten, als einziger die Welt vollkommen unbeeinflusst wahrnehmen zu können und behauptet damit, den Blick für die wahre Wirklichkeit zu haben. Und es könnte tat-

sächlich die Frage gestellt werden, ob sich der Forscher damit nicht sogar selbst verleugnet. „Objektivität ist die Wahnvorstellung, Beobachtungen könnten ohne Beobachter gemacht werden. Die Berufung auf Objektivität ist die Verweigerung der Verantwortung – daher auch ihre Beliebtheit.“ (Foerster/Pörksen 1998, S. 154, zit. nach: Schicha 2010, S. 59) Entsprechend kann auch fotografisches Bildmaterial niemals vollkommen objektiv untersucht werden. Kontexte, Fotografen und der eigene Standpunkt des Forschers müssen in eine derartige Analyse einfließen, um Authentizität liefern zu können.

Grundpostulat	Die Prozesse einer Person werden durch die Formen ihrer Antizipation von Ereignissen psychologisch vermittelt und geprägt.
Konstruktionskorollarium	Eine Person antizipiert Ereignisse, indem sie ihre Replikationen konstruiert.
Individualitätskorollarium	Personen unterscheiden sich voneinander in ihrer Konstruktion von Ereignissen.
Organisationskorollarium	Zum Zwecke der Antizipation von Ereignissen entwickelt jede Person in charakteristischer Weise ein Konstruktionssystem, das Ordnungsbeziehungen zwischen Konstrukten umfasst.
Dichotomiekorollarium	Das Konstruktionssystem einer Person setzt sich zusammen aus einer begrenzten Anzahl dichotomer Konstrukte.
Wahlkorollarium	Eine Person wählt für sich selbst diejenige Alternative innerhalb eines dichotomen Konstrukts, bei der sie größere Möglichkeiten für eine Ausdehnung und/oder genauere Bestimmung des Konstrukts antizipiert.
Bereichskorollarium	Ein Konstrukt ist nur für die Vorhersage eines begrenzten Bereichs von Ereignissen geeignet.
Erfahrungskorollarium	Das Konstruktionssystem einer Person variiert, während sie nach und nach die Replikationen von Ereignissen konstruiert.
Modulationskorollarium	Die Variation im Konstruktsystem einer Person wird begrenzt durch die Durchlässigkeit der Konstrukte, innerhalb deren Angemessenheitsbereich die Varianten liegen.
Fragmentationskorollarium	Eine Person kann nacheinander eine Vielzahl von Subsystemen ihres Konstruktionssystems verwenden, die im Hinblick auf die sich aus ihnen ergebenden Schlussfolgerungen unvereinbar miteinander sind.
Ähnlichkeitskorollarium	In dem Ausmaß, in dem eine Person eine Konstruktion von Erfahrungen verwendet, die der ähnlich ist, die eine andere Person verwendet, werden ihre psychologischen Prozesse denen der anderen Person ähnlich sein.
Sozialitätskorollarium	In dem Ausmaß, in dem eine Person die Konstruktionsprozesse einer anderen Person konstruiert, kann sie eine Rolle in einem sozialen Prozess spielen, der die andere Person mit einbezieht.

Tabelle 4: Der Mensch als konstruierendes Wesen – Grundpostulat und dazugehörige Korollarien nach Kelly (zit. nach: Westmeyer / Weber 2011, S. 84)

Zusammenfassend lässt sich hierzu also sagen, dass die Annahmen des Konstruktivismus einen hohen Stellenwert für die Betrachtung der kommunikationswissenschaftlichen Relevanz der Fotografie haben. Es wird deutlich, dass hier mehrfache

„Konstruktionen“ und „Manipulationen“ von Wirklichkeit stattfinden. Wobei diese Modifikation der Wirklichkeit an sich kein Problem darstellt, sondern vielmehr die Ignoranz, die diesem Vorhandensein entgegengebracht wird. Ebenso wie bei historischen Untersuchungen bedarf es hierbei einer Feinfühligkeit hinsichtlich der Rahmenbedingungen der Untersuchungsobjekte bzw. des Untersuchungsmaterials. Ebenso wie in historischen Belangen niemals ausgeblendet werden kann bzw. darf, dass der Untersuchende nicht in der vorhandenen Zeit lebt, darf auch bei Untersuchungen zu Fotografien nicht ausgeblendet werden, dass Fotograf, Umstände beim Zustandekommen eines Bildes, Zeit, Betrachter und vieles mehr eine Rolle bei der Interpretation spielen. Der Konstruktivismus als Theorie, die sich unter anderem in der Kommunikationswissenschaft größter Beliebtheit erfreut, weist auf eine Wirklichkeit hin, die die Menschheit erlebt, die allerdings nicht der tatsächlichen Wirklichkeit entspricht. Die Fotografie ist davon nicht ausgenommen und gerade in der Kombination von Massenmedium und Fotografie wird diese Konstruktion von Wirklichkeit noch deutlicher.

Nun kann allerdings diese – sie soll hier vorerst als „natürliche Konstruktion von Wirklichkeit“ betrachtet werden – weiter an die Spitze getrieben werden, indem vorsätzlich virtuelle und unnatürliche Modifikationen zugefügt werden. Gerade die Digitalfotografie und die dazugehörigen Bildbearbeitungsprogramme der heutigen Zeit lassen hier eine Vielzahl an Möglichkeiten zu, um – abgesehen von Bildausschnitt, Belichtung und Färbung – zusätzliche Konstruktionen vorzunehmen. Inwieweit hierbei noch von „Konstruktion“ anstelle von „Verzerrung“ der Wirklichkeit gesprochen werden kann, sei dahingestellt. Aber dieser Bereich wird im Laufe der Arbeit noch weiter aufgegriffen und diskutiert.

In weiterer Folge soll es nun um ein weiteres für die Kommunikationswissenschaft nicht unbedeutendes Themenfeld gehen – die Gestaltpsychologie. Sie erklärt die Grundzüge unserer Wahrnehmung und ist innerhalb der Werbe- und Marketingpsychologie relevant, um Verhaltens- und Einstellungsweisen von Konsumenten zu erklären. Der Zusammenhang zur Fotografie ergibt sich – wie nachfolgend erklärt wird – durch die den Sinneseindrücken zugrundeliegenden Struktur- und Ordnungsprinzipien.

3.3. Gestaltpsychologie - Gestalttheorie

Sprechen wir von Fotografien, spielt die menschliche Wahrnehmung hierbei eine große Rolle. Obgleich es eine Vielzahl an psychologischen Befunden gibt, welche mit der Fotografie in Zusammenhang gebracht werden können, folgt, wird die Gestaltpsychologie als ein elementarer Teil der Wahrnehmungspsychologie hier gesondert angeführt. Anschließend an die zum Ende des 19. Jahrhunderts von Wilhelm Wundt definierte Bewusstseinspsychologie folgte die Gestaltpsychologie als Idee eines „über-summativen“ Verhaltens der Elemente des Wahrnehmungseinruck mit ihrem philosophischen Begründer Christian von Ehrenfels. (vgl. Ansorge/Leder 2011, S. 29) Als weitere Gestalttheoretiker sind Max Wertheimer, Kurt Koffka, Kurt Lewin, Wolfgang Köhler zu nennen. (vgl. Hartmann-Kottek 2012, S. 11)

Um sich der Gestaltpsychologie – und in weiterer Folge dem Zusammenhang zur Fotografie – annähern zu können, bedarf es zunächst einer Vorstellung darüber, was eine „Gestalt“ ist und wie man diese definieren kann. Hartmann-Kottek definiert den Begriff als *„ein unteilbares Etwas, das sich durch das Beziehungsgefüge seiner Teilkomponenten definiert.“* (Hartmann-Kottek 2012, S. 12) Oder auf die Gestaltpsychologie bezogen, meint „Gestalt“ dass *„das Ganze des Wahrnehmungsinhaltes also mehr ist als die Summe seiner Teile.“* (Ansorge/Leder 2011, S. 29) Kern der Gestaltpsychologie sind insgesamt sieben Gestaltgesetze der Wahrnehmung, die beliebig auf unterschiedlichste Situationen umzulegen sind.

Gestaltgesetze (vgl. Böhringer/Bühler/Schlaich 2008, S. 41 ff.)

1. Gesetz von der einfachen Gestalt

Dieses Gesetz wird auch oftmals als „Gesetz der guten Form“ bezeichnet. Hierbei handelt es sich um das Grundgesetz der menschlichen Wahrnehmung indem es erklärt, dass die menschliche Wahrnehmung auf Bewegung und einfache geometrische Gestalten zurückgeführt werden kann.

2. Gesetz der Nähe

Sind Dinge nah beieinander, werden diese als zusammengehörig wahrgenommen. Gruppengrenzen sind dort zu finden, wo die Abstände größer werden.

3. Gesetz der Gleichheit

Gleiche Elemente werden eher als zusammengehörig erlebt als ungleiche Elemente. D.h. je unähnlicher sich Elemente werden, umso eher werden sie als getrennte Elemente erlebt.

4. Gesetz der Geschlossenheit

Umschließt eine Linie eine Fläche, wird der Inhalt als zusammengehörig erlebt. Es ist eine Art Zusammenschluss feststellbar.

5. Gesetz der Erfahrung

„Wahrnehmung ist auch Wiedererkennen.“ (Böhringer/Bühler/Schlaich 2008, S.45) Bekannte Formen, Zeichen oder Körper können auch nach starker Transformation noch erkannt werden.

6. Gesetz der Konstanz

Objekte werden immer auch in ihrem Umfeld wahrgenommen. D.h. Größe, Form, Farbe spielen bei der Bewertung der Objekte eine Rolle. „Die Wahrnehmung von Objekten, die unterschiedlich gesehen, aber als gleich bewertet werden, nennt man konstant“ (Böhringer/Bühler/Schlaich 2008, S. 46)

7. Gesetz der Figur-Grund-Trennung

Das Objekt, das wahrgenommen wird, muss sich vom Umfeld abheben – d.h. das Wahrnehmungsfeld wird in unterschiedliche Bereiche gegliedert. Diese Inhomogenität entsteht durch Konturen, Kontraste, Texturen und Farben.

Die Wahrnehmung unserer Umwelt geschieht der Gestaltpsychologie nach also anhand von Formen. (vgl. Böhringer/Bühler/Schlaich 2008, S. 40) Um die Gestaltgeset-

ze zu veranschaulichen, wurde absichtlich ein Lehrbuch aus der Mediengestaltung gewählt. So kann die Brücke zur Fotografie besser geschlagen werden. Böhringer, Bühler und Schlaich führen zu den jeweiligen Gestaltgesetzen auch konkrete Anweisungen in der Mediengestaltung an, die dazu dienen sollen, die Wahrnehmung des Menschen optimal nutzen zu können.

„Orientieren Sie sich in Ihrer Gestaltungsarbeit an den theoretischen Grundlagen der Gestaltgesetze. Die Kenntnis der Gestaltungsregeln und Gesetze erlaubt es Ihnen aber auch, sie gezielt zu verletzen. Erzielen Sie Aufmerksamkeit durch die Abweichung von der Norm. Nicht als Selbstzweck, sondern immer konzeptionell und gestalterisch begründet.“ (Böhringer/Bühler/Schlaich 2008, S. 40)

Auch bei Fotografien geht es darum, dass sie wahrgenommen werden – entsprechend führt Freeman (vgl. 2007, S 38 ff.) die Gestaltpsychologie als zentrales Wissen um die Bildkomposition in der Fotografie an. *„Beim Betrachten einer Szene oder einer Aufnahme erkennt unser Wahrnehmungsvermögen einzelne Bestandteile der Szene und formt daraus ein Ganzes, das unser Geist interpretieren und verstehen kann.“* (Freeman 2007, S. 38) Und weiter: *„Das Gesetz der visuellen Auflösung führt zu vielen Kompositionstechniken, die Fotos mehr Struktur geben können.“* (Freeman 2007, S. 39)

Freeman führt in Sachen Bildkomposition zusätzlich Gestaltprinzipien und deren Auswirkung auf Bilder an:

1. Emergenz:

Bildelemente, die zu Beginn unsichtbar sind, da sie nicht genug Informationen enthalten, erschließen sich ganz plötzlich nach längerer Betrachtungszeit.

2. Vergegenständlichung:

Der Geist füllt aufgrund fehlender visueller Informationen Bildbereiche selbstständig auf.

3. Multistabilität:

Wenn visuelle Hinweise auf die Bildtiefe fehlen, kann ein Motiv plötzlich komplett invers gesehen werden. Oft und gerne verwendet in der Kunst (M. C. Escher, Salvador Dali); weniger in der Fotografie

4. Beständigkeit:

Objekte können unabhängig von ihrer Anordnung, Drehung, Größe oder anderen Faktoren erkannt werden.

(vgl. Freeman 2007, S. 39)

Wie die letzten Seiten zeigen, ist also (visuelle) Wahrnehmung der Schlüssel zur Fotografie – die moderne Gestalttheorie widmet sich diesem Thema auf ganzheitlicher Ebene. Jörg Szcepek stellt in der Einleitung seines Buches „Visuelle Wahrnehmung“ die Frage nach der Aufgabe visueller Wahrnehmung für den Menschen: *„Aber warum nehmen wir überhaupt visuell wahr, wieso Sehen (sic!) wir?“* (Szcepek 2011, S. 8) Mit der Antwort auf diese Frage und dem Thema der visuellen Wahrnehmung im Allgemeinen bzw. der oftmals erwünschten – auf die Wahrnehmung folgende - Aufmerksamkeit widmen sich die nächsten beiden Abschnitte.

3.3.1. Visuelle Wahrnehmung allgemein

Warum also wurde dem Menschen das Augenlicht geschenkt? Wieso sehen wir? Es soll hier an die von Szcepek gestellte Frage angeknüpft werden. Und zunächst soll auch Szcepeks Antwort dazu geliefert werden. Szcepek vergleicht den Menschen mit Tieren, welche nicht mit derart gutem Sehvermögen ausgestattet sind – beispielsweise Mäuse oder Maulwürfe. Diese finden sich ebenso in der Umwelt zurecht, ohne mit einem ausgeprägten Sehsinn ausgestattet zu sein. Entsprechend verweist Szcepek darauf, dass das Erkennen anderer, Partnerwahl, Nahrungsbeschaffung oder Orientierung nur Teilaspekte dessen sind, wozu die Wahrnehmung ganz allgemein dient. Szcepek führt als Übergeordnetes Ziel die Beschaffung von Informationen und Wissen über die eigene Umwelt an. Die visuelle Wahrnehmung im Speziellen ermöglicht

uns durch die Farbwahrnehmung oder Gesichtsausdrücken anderer „*Quellen, die uns sonst verschlossen blieben.*“ (vgl. Sczepek 2011, S. 8)

Sczepek unterteilt die Wahrnehmung in sechs Schritte, welche aufeinanderfolgend ablaufen:

1. *Erzeugung der Nervenimpulse*
2. *Beginn der Informationsverarbeitung*
3. *Kategorisierung der Informationen*
4. *Weiterleitung und Filterung*
5. *Sortierung der Richtungen*
6. *Erzeugung der Eindrücke*

(vgl. Sczepek 2011, S. 4)

Auch Geise verweist auf die unterschiedlichen Schritte in der Informationsverarbeitung. In einem ersten Schritt geht es um das sensorische Registrieren eines Reizes, welcher anschließend strukturiert, verarbeitet und interpretiert wird. Die Stufen, welche hier von Geise genannt werden, sind:

- *Empfinden*
- *Organisieren*
- *Identifizieren und Einordnen*

(vgl. Geise 2011, S. 74)

Der bewusst wahrgenommene Eindruck entsteht also erst ganz am Ende der Wahrnehmung – was allerdings nicht bedeutet, dass die Wahrnehmung an sich eine lange Zeit beansprucht. Alle diese Schritte folgen in Bruchteilen von Sekunden aufeinander. Besonders ausführlich setzt sich die Wahrnehmungspsychologie mit Wahrnehmung auseinander. Sie ist Teil der Kognitionspsychologie und gibt – wie der Name bereits erahnen lässt, weiteren Aufschluss über die menschliche Wahrnehmung und Informationsverarbeitung. Um sich in weiterer Folge etwas eingehender mit der menschlichen Wahrnehmung im Allgemeinen – und im Zusammenhang mit dem Schwerpunkt dieser Arbeit vor allem mit der visuellen Wahrnehmung – näher auseinanderzusetzen, bedarf es der Klärung des Begriffes der Wahrnehmung. Ansorge und Leder definieren Wahrnehmung als „*einen Vorgang der unmittelbaren und aktiven Teilhabe des Geistes (oder der Psyche) an seiner (oder ihrer) Umgebung.*“ (Ansorge / Leder 2011, S. 9)

Die Psyche wäre demnach die Gesamtheit mentaler, bewusster und unbewusster Vorgänge und Inhalte, während die Wahrnehmung als Vorgang gesehen wird – die aktive körperliche Tätigkeit liegt in der Anatomie begründet, da zahlreiche Organe für diese Wahrnehmung von Bedeutung sind. (vgl. ebd.)

Eine weitere Definition zur Wahrnehmung liefern Kroeber-Riel et.al. Nach ihnen handelt es sich bei der Wahrnehmung um einen Prozess, der den kognitiven Determinanten der Kommunikation angehört – ebenso wie die Erinnerung oder das Lernen – und der es dem Individuum ermöglicht, aus der Umwelt kommende kommunikative Inhalte auszuwählen, zu ordnen und zu interpretieren. Entsprechend definieren sie Wahrnehmung als Informationsverarbeitungsprozess, der die Kenntnis von sich selbst und seiner Umwelt nach sich zieht. (vgl. Kroeber-Riel et.al. 2009, S. 390) Das Ergebnis der Wahrnehmung kann als Repräsentation bezeichnet werden – in zweifacher Hinsicht: zum einen ist mit Repräsentation die Repräsentation der Umgebung gemeint, zum anderen bedeutet Repräsentation auch die subjektiven Empfindungen, die mit der Wahrnehmung einhergehen. (vgl. Ansorge / Leder 2011, S. 12)

Der Großteil der Informationsverarbeitung verläuft im menschlichen Gehirn. Es wurde bereits angesprochen, dass Wahrnehmung sowohl in unterschiedlichen Schritten passiert, als auch in unterschiedlichen Organen zu verorten ist. Der Mensch besitzt also eine Vielzahl an Sinnesorganen – allerdings dienen 50% des menschlichen Gehirns der Analyse und Interpretation visueller Reize. (vgl. Bellebaum/Thoma/Daum 2012, S. 31) Mit diesem Wissen und im Hinblick auf das Thema dieser Arbeit, sollen sich die Ausführungen im weiteren Verlauf dem Hauptthema der Arbeit widmen und somit vor allem die visuelle Informationsverarbeitung bzw. Wahrnehmung aufgreifen. Der visuellen Informationsverarbeitung im Gehirn liegen zwei „Bahnen“ zugrunde. Zum einen die „Was-Bahn“, welche vom Hinterhauptslappen schräg in den Schläfenlappen verläuft und vorrangig dafür zuständig ist, Aufschluss darüber zu geben, was denn nun das Objekt eigentlich ist. Die zweite für die Informationsverarbeitung zuständige „Bahn“ ist die „Wo-Bahn“. Sie muss einen kürzeren Weg zurücklegen – bis zum Scheitellappen und ist für die räumlichen Aspekte verantwortlich und vermittelt Erkenntnisse über Entfernungen und Bewegungen. (vgl. Sczepek 2011, S. 35) Ohne nun zu weit in die menschliche Anatomie einsteigen zu wollen wird ersichtlich, dass Erkennung und Verortung jeweils getrennt voneinander erarbeitet werden.

Um nochmals auf die Frage zu Beginn dieses Abschnittes zurückzukommen, nämlich jene Frage nach dem Grund der Sehfähigkeit des Menschen, liefert Zihl eine Erklärung zu den elementaren Funktionen der visuellen Wahrnehmung. Diese wären demnach *Entdecken, Lokalisieren, Unterscheiden, Identifizieren* und *(Wieder-)Erkennen* und zuletzt das *Bewerten*. (vgl. Zihl 2009, S. 3) Die von Sczepek genannten zwei unterschiedlichen Verarbeitungsbahnen dienen also zur Erfüllung dieser Funktionen, indem diese erst getrennt verarbeiteten Eindrücke zu einem Gesamteindruck verschmolzen werden. Weiters führt Zihl analog zu Sczepek an: *„Der Großteil unseres Wissens über die physikalische und soziale Umwelt beruht auf visuellen Informationen; unsere ‚Welt im Kopf‘ ist vor allem eine visuelle Welt.“* Und *„Visuelle Wahrnehmungsinhalte sind auch wichtig für subjektives Wohlbefinden (emotionale Tönung und ihre Bedeutung für die Stimmung) ... Visuelle Informationen geben Auskunft über den emotionalen Zustand des anderen (soziale Wahrnehmung).“* (ebd.) Dies schließt vor allem auch wieder den Kreis zu den Ausführungen, dass das Denken des Menschen vor allem visuell manifestiert ist. Zum anderen kann dadurch geschlossen werden, dass die visuellen Fähigkeiten des Menschen unter anderem auch zum „Mensch-Sein“ beitragen bzw. eine wesentliche Rolle in diesem Sein spielt. Man beachte das Wort der „Sympathie“ in seiner Bedeutung und Übersetzung. Dem Duden nach kommt das Wort aus dem Lateinischen – „sympathia“ – bzw. aus dem Griechischen – „sympátheia“ – und bedeutet hier Mitleiden, Mitgefühl. Trennt man das Wort in seine Einzelbestandteile, erhält man „sýn“ (=mit, zusammen) und „páthos“ (Leid, Schmerz). (vgl. Duden Online) Um also Sympathie im Sinne von Mitgefühl zeigen zu können, ist visuelle Wahrnehmung von großer Bedeutung. Im obigen Zitat von Zihl heißt es, dass andere und ihre emotionalen Zustände vor allem visuell wahrgenommen werden. Fricke und Schütt setzen sich mit Adam Smith als Moralphilosoph auseinander und zeigen auf, dass Sympathie bei Smith als Grundkraft der menschlichen Natur bzw. eine allgemeinmenschliche Neigung ist. Der Mensch wird damit dazu bestimmt, am Schicksal der anderen teilzuhaben. (vgl. Fricke / Schütt 2005, S. 361) Es wäre nun zu weit gefasst, würde man alle philosophischen Auseinandersetzungen mit dem Mensch-Sein und jenen Charakteristika aufzählt, die den Menschen als Wesen ausmachen. Es sei nur so viel erwähnt, dass sich vor allem hinsichtlich der Sympathie des Menschen neben Smith viele Philosophen – darunter Hume, Schopenhauer, und viele mehr - beschäftigten. Und das bereits über unzählige Jahre. Dieser kurze Auszug soll

verständlich machen, dass vor allem die Sympathie (welche ja, wie hier beschrieben in der visuellen Wahrnehmung gründet) eines der Grundcharakteristika des Menschen an sich ist. Entsprechend könnte man hinsichtlich des Mensch-Seins als eine der obersten Funktionen visueller Wahrnehmung die Befähigung zur Sympathie anführen, anstatt sich auf die bloße Funktion der Wissensherstellung zu beschränken, wie Sczepek dies tat.

Kommunikationswissenschaftlich zusammengefasst lässt sich zur Wahrnehmung – und hierbei speziell zur visuellen Wahrnehmung – also sagen, dass nicht unbedingt lediglich die Sprache und dieser nachfolgend die Vernunft für das Mensch-Sein essenziell ist, sondern auch unser Sehvermögen. Kommunikation findet nicht lediglich verbal statt. Die Auseinandersetzung des Menschen mit seiner Umwelt findet zuerst visuell in Form von „Erfahrung“ statt, bevor diese begrifflich wird. Dies zeigt vor Burkart auf: *„Für die Bildung von Begriffen und deren spätere Symbolisierung durch sprachliche Zeichen erweisen sich also gerade die ersten Umwelterfahrungen des heranwachsenden Kindes als besonders bedeutsam.“* (Burkart 2002, S. 92) Hierbei kann wiederum der Rückschluss auf Lothar Mikos und seinen Annahmen zur visuellen Kompetenz von Kindern gezogen werden.

In weiterer Folge soll es nun nach der visuellen Wahrnehmung um die oftmals wünschenswerte Aufmerksamkeit gehen. Etwas wahrzunehmen bedeutet nicht gleichzeitig, dass auch bewusst die Aufmerksamkeit auf das Wahrgenommene gelenkt wird. Dies ist in unserem alltäglichen Leben ebenso, wie es auch die Betrachtung von Fotografien betrifft. Entsprechend soll diesem Thema noch ein weiterer kurzer Abschnitt gewidmet werden.

3.3.2. Aufmerksamkeit

Nach Ansorge und Leder ist Aufmerksamkeit die Summe der Arten von Selektivität der Wahrnehmung. Aufmerksamkeit ist demnach „ein beschreibender Begriff, der verschiedene Formen der Selektivität der Wahrnehmung bezeichnet.“ (Ansorge/Leder 2011, S. 17) Aufmerksamkeit bedeutet, dass man etwas Bestimmtes fokussiert, um gleichzeitig etwas anderes weniger zu beachten. Dies alleine impliziert bereits die

Beschränktheit unserer Aufmerksamkeitskapazität. Würde der Mensch alles gleichermaßen Fokussieren können, bedürfte es der Aufmerksamkeit nicht. Es werden zwei unterschiedliche Ursachen der Aufmerksamkeit diskutiert – zum einen die Theorie, dass das Fassungsvermögen des Geistes begrenzt ist (*Kapazitätstheorie*), zum anderen jene Annahme, dass die Selektivität oder Aufmerksamkeit erst ermöglicht, dass der Mensch erfolgreiche Tätigkeiten durchführt (*Tätigkeitstheorie*). Während die Kapazitätstheorie die Aufmerksamkeit bzw. Selektivität als Mangel beschreibt, wird sie in der Tätigkeitstheorie als Errungenschaft gesehen. (vgl. Ansorge/Leder 2011, S. 18) Eine treffende Definition von Aufmerksamkeit liefert Gruber (2011, S. 18): *„Aufgrund der limitierten Verarbeitungsressourcen unseres Gehirns muss aus allen in der Umwelt verfügbaren Stimuli eine Teilmenge ausgewählt werden. Aufmerksamkeit dient dabei der Selektion relevanter und der Unterdrückung irrelevanter Informationen.“*

Liesern und Kränicke bezeichnen Aufmerksamkeit in der PR-Arbeit als *„Währung, die in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zählt.“* (Liesern/Kränicke 2011, S. 11) Entsprechend gilt es nun, dem Zusammenhang zwischen Bildern und Aufmerksamkeit vor allem in der massenmedialen Kommunikation nachzugehen.

Nun kann man hinsichtlich der Aufmerksamkeit in Verbindung mit der Fotografie sagen, dass es sich um einen Kreislauf handelt. Der Urheber einer bildlichen Darstellung erhofft sich Aufmerksamkeit und das Bild erhält diese aufgrund seiner Bildlichkeit eo ipso. Man kann bei der Fotografie auch von einer zweifachen Aufmerksamkeit sprechen. Zunächst gibt der Fotograf einen Aufmerksamkeitspunkt vor – durch seinen Bildausschnitt, durch das, was seine eigene Aufmerksamkeit geweckt hat und ihn dazu bewegte, eben genau diesen Bildausschnitt zu wählen. In weiterer Folge geht es ja darum, die Aufmerksamkeit des Betrachters zu erhalten. Aber wie wird Aufmerksamkeit nun gelenkt? Was zieht Aufmerksamkeit an? Zum einen knüpft dies wieder an die Gestaltpsychologie an, da unsere Aufmerksamkeit eben dorthin gelenkt wird, wo sich starke Kontraste, Linien oder Flächengrenzen zeigen. Eine zweite Größe ist allerdings durchaus auch unsere eigene Intention. (vgl. Schnelle-Schneyder 2011, S. 72) Auch Ungewohntes zieht unsere Aufmerksamkeit an. (vgl. Schnelle-Schneyder 2011, S. 75) Kroeber-Riel merkt an, dass das Bild sowohl durch die formale Gestaltung als auch durch den Inhalt wirkt – d.h. dass der Fotograf, der die Aufgabe der formalen Gestaltung des Bildes inne hat, die Basis für Aufmerksamkeit legt. Aber auch der gewählte

Bildinhalt ist ausschlaggebend für Aufmerksamkeitszuwendung oder –abwendung. (vgl. Kroeber-Riel 1996, S. 58)

Es gibt unzählige Werke zur Fotografie, die sich damit beschäftigen, wie Aufmerksamkeit für ein Bild generiert werden kann, was beachtet werden soll und welche Hilfsmittel dem modernen Fotografen hierfür zur Verfügung stehen. Wichtig ist es zu wissen, dass neben der allgemeinen Wahrnehmung auch Aufmerksamkeit – sowohl auf Seiten des Fotografen, der sich ja bereits aufmerksam durch die Welt begeben muss, um aufmerksamkeitserregende Bilder zu generieren, als auch auf Seiten des Betrachters, dessen Aufmerksamkeit auf das Bild gelenkt werden soll.

Aufmerksamkeit kann – muss aber nicht – mit Ästhetik zusammenhängen. Was man unter Ästhetik versteht, wie sich diese auf die Fotografie auswirkt soll nun im nächsten Kapitel näher erläutert werden.

3.4. Ästhetik

„In unserer Alltagssprache steht das Wort ‚ästhetisch‘ für die äußere Erscheinung von etwas; für das, was Dinge ‚schön‘ macht und für die sinnlich angenehme Form. Im Deutschen hat ‚ästhetisch‘ einen gelehrten Beiklang. Das ist nicht überall so. Wer in Italien an einem Gebäude das Schild Estetica sieht, befindet sich nicht vor den Toren eines wissenschaftlichen Instituts, sondern vor einem Kosmetikstudio oder einem Schönheitssalon. In der Alltagssprache ist ‚ästhetisch‘ (bzw. ‚schön‘) im Allgemeinen das, was gefällt. Ästhetische Fragen gelten als Geschmacksache; und, so sagt man, über Geschmack lässt sich nun einmal nicht streiten. Oder doch?“

(Schweppenhäuser 2007, S. 10)

Der Begriff der „Ästhetik“ kommt aus dem Griechischen (Aisthetike Episteme) und bedeutet so viel wie „Wissenschaft von der Asisthesis“. „Asisthesis“ spricht von der „sinnlichen Wahrnehmung“. Ähnlich wie das Wort der „Logik“ anhand der Bedeutung „Wissenschaft vom Logos“ (vom Denken, seinen Formen und Regeln) gebildet

wurde, handelt es sich auch bei der „Ästhetik“ um eine analoge Wortbildung. (vgl. Pöltner 2008, S. 13) Allerdings beschränkt sich die antike Lehre für das „Schöne“ nicht auf die sinnliche Wahrnehmung. Nach Platon entsteht Schönheit erst, wenn man sich von der äußerlichen Erscheinung (also Schönheit) der Körper löst. Büttner verweist daher auf die Doppeldeutigkeit des Begriffes der „Ästhetik“ und merkt an, dass es eine doppelte antike Ästhetik gebe: die „Theorie vom Schönen“ und die „Theorie der Wahrnehmung“. (vgl. Büttner 2006, S. 9)

Da es, um einen Beginn zu finden, immer schön ist, objektive Definitionen genauer zu betrachten, um einen Überblick zu erhalten, sollen hier noch die seitens des Duden angeführten Wortbedeutungen für „Ästhetik“ angehängt werden. Hierbei zeigt sich nämlich sehr deutlich, wie mehrdeutig der Begriff der „Ästhetik“ tatsächlich in der heutigen Zeit zu verstehen ist. Zum einen handelt es sich hierbei um die bereits angeführte *„Wissenschaft, der Lehre vom Schönen“*. Neben der wissenschaftlichen Perspektive führt der Duden auch noch eine Betrachtungsperspektive ein, indem eine weitere Bedeutung des Wortes *„das stilvoll Schöne; die Schönheit“* sein kann. Als dritte und letzte Perspektive wird „Ästhetik“ als eine Wahrnehmungsperspektive dargestellt – nämlich als *„Schönheitssinn“*. (vgl. Duden zu Ästhetik In: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Aesthetik> [01.01.2014])

Ästhetik und Kunst lagen zur damaligen Zeit nahe beieinander. Vor allem ging es hierbei um die „Darstellung des Schönen“. Darstellungen vom Schlechten, Hässlichen oder Lächerlichen nehmen nur eine nachgeordnete Rolle ein, was nicht heißt, dass es diese nicht gegeben hätte. (vgl. ebd.) Nach den Kynikern wird nur das Gute als „schön“ gesehen, alles Schlechte ist demnach hässlich. (vgl. Eisler 1904: <http://www.textlog.de/4201.html> [01.01.2014]) Diese Tatsache lässt sich nun mit der in Kapitel 2.4. angesprochene Behauptung, dass die Bewertung eines Bildes in Kunst- bzw. informativer Fotografie unterschiedlich ist, in Beziehung stellen. Wobei man annehmen kann, dass sich die Bewertung von künstlerischen Darstellungen seit den Kynikern signifikant verändert hat. Dennoch kann es sehr ergiebig sein, der Frage nach dem „Hässlichen“ nachzugehen, um einen Versuch zu unternehmen, die Bewertungskriterien von Fotografien hier herauszuarbeiten. Natürlich können hier lediglich Vermutungen angestellt werden bzw. Anregungen zu empirischen Untersuchungen geliefert werden. Was bedeutet nun im Sinne der obigen Aussage Eislers die Unterscheidung zwischen „schön“ und „hässlich“? Und dient diese Unterscheidung der

Verdeutlichung der Unterschiede in der Bewertung von Kunstfotografie und Informationsfotografie?

Laut dem Duden stammt das Wort „hässlich“ aus dem Mittelhochdeutschen bzw. Althochdeutschen und bedeutet ursprünglich „feindselig, voller Hass“. Auch werden aus heutiger Sicht drei unterschiedliche Bedeutungen des Wortes angeführt:

1. *von unschönem Aussehen, das ästhetische Empfinden verletzend; abstoßend*
2. *eine menschlich unerfreuliche Haltung erkennen lassend; gemein*
3. *unangenehm, unerfreulich*

(vgl. Duden zu hässlich, In: <http://www.duden.de/rechtschreibung/haesslich>
[01.01.2014])

Es wird also schnell ersichtlich, wie subjektiv die Bewertung von „Hässlichkeit“ geschehen muss, denn Hässlichkeit, Unerfreulichkeit, und all die angeführten Maßstäbe taugen nicht zu einer objektiven Kategorisierung. Ebenso kann „Schönheit“ an sich nicht als Bewertungsmaßstab im objektiven Sinne herangezogen werden. Die von Kant ausgearbeitete Ästhetik beschäftigt sich vor allem mit Geschmacksurteilen. Und es wird festgehalten, dass solcherlei Urteile niemals einen Allgemeingültigkeitsanspruch erheben können. *„Ein Geschmacksurteil bezieht sich nur uneigentlich auf einen Gegenstand. Gegenstand des Urteils ist primär das urteilende Subjekt und dessen Gefühl der Lust oder Unlust. Durch den Bezug auf das Gefühl ist ein Geschmacksurteil mit einem Urteil über das Angenehme verwandt. Was als angenehm erlebt wird, hängt vor allem von den Vorlieben, Neigungen und momentanen Dispositionen des einzelnen Subjekts ab. Urteile über das Angenehme sind damit nicht verallgemeinerungsfähig.“* (Bradl 2000, S. 104)

Es soll in diesem Abschnitt nicht darum gehen, zu weit in das Metier der Philosophie einzudringen, als vielmehr darum, einen Übergang dafür zu schaffen, was in der Fotografie als „schön“ bzw. „ästhetisch“ oder besser als „gut“ oder „schlecht“ angesehen wird bzw. werden könnte. Es ist anzunehmen, dass in der Bewertung von Kunstfotografie andere Kriterien maßgeblich sind als in der Bewertung von Informationsfotografien. Um diese Annahme zu belegen, bedarf es einer empirischen Untersuchung mit ausgewählten, ihrem Zweck nach kategorisierten Fotografien. Welche Möglichkeiten hierfür in Frage kommen, wurde bereits in Kapitel 2 angesprochen. Es kann

jedoch durchaus angenommen werden, dass die Definition von Ästhetik seitens der Kyniker hier nur mehr teilweise greift. Hierfür muss man sich die Frage stellen, ob im Hinblick auf die Informationsfotografie tatsächlich „Schönheit“ also „Ästhetik“ als Bewertungsmaßstab ausreichend ist. Denn es ist durchaus denkbar, dass innerhalb der Informationsfotografie andere Maßstäbe zum Zuge kommen. Hierfür sei beispielsweise die Funktion genannt, welche Bilder innerhalb der informativen Fotografie zu erfüllen haben. Ein anschauliches Beispiel hierfür liefern diverse Presse-Fotografien. Als Exempel können innerhalb dieses Bereiches Kriegsfotografien herangezogen werden, welche oftmals die vom Duden zur Definition von „Hässlichkeit“ angeführten Bedeutungen treffen. Dennoch haben Fotografien in diesem Bereich einen bestimmten informativen Zweck. Es mag durchaus sein, dass sich hinter den einzelnen Abbildungen auch andere Zwecke verstecken – der informative Zweck ist allerdings vor allem innerhalb der Presse der am leichtesten ersichtlichste. Um diese (anderen) Funktionen von Bildmaterial in Massenmedien – hier als Informationsfotografie zu verstehen – herauszuarbeiten, empfiehlt es sich, sich die Funktionen von Massenmedien im Allgemeinen zu Gemüte zu führen. Drentwett fasst die am meisten genannten massenmedialen Funktionen wie folgt zusammen:

Übergeordnete Funktionen:

- *Informationsfunktion*
- *Vermittlungsfunktion*
- *Reduktion von Komplexität*

Soziale Funktionen:

- *Sozialisationsfunktion*
- *Unterhaltung*
- *Integrationsfunktion*

Politische Funktionen:

- *Herstellung von Öffentlichkeit*
- *Artikulationsfunktion*
- *Kompensationsfunktion*
- *Kritik- und Kontrollfunktion*

- *Thematisierungs-/Selektions-/Strukturierungsfunktion*
- *Politische Bildungs- und Erziehungsfunktion*

Ökonomische Funktion:

- *Werbung*

(vgl. Drentwett 2009, S. 65)

Auch hier ist die Informationsfunktion eine übergeordnete Funktion – die Reduktion von Komplexität kann gerade bei visuellen Informationen sehr gut nachvollzogen werden, da der Mensch – wie bereits erwähnt – visuelle Informationen schneller verarbeiten kann als sprachliche. Auch dienen Bilder buchstäblich der „Veranschaulichung“ – d.h. möglicher Begleittext wird durch das Bild erklärt oder umgekehrt. All dies kann als Reduktion von Komplexität subsummiert werden. Es zeigt sich also, dass durchaus Analogien zwischen Funktionen von Massenmedien allgemein und der Funktionen von Informationsfotografien (wie in Kapitel 2 definiert) aufzutun. Die Erfüllung bzw. Nicht-Erfüllung solcherlei Funktionen könnte einen Anhaltspunkt für die positive oder negative Bewertung von Bildmaterial mit sich bringen.

Im Hinblick auf Kunstfotografien gilt es, sich weiter an der Ästhetik bzw. der Gestaltpsychologie festzuhalten. Ein Blick in Luhmanns systemtheoretische Ausführungen kann allerdings bedeutend zu einer möglichen Erklärung im Hinblick auf die künstlerische Fotografie beitragen. Nach Luhmann gibt es auch für Kunst bestimmte Funktionen in einer Gesellschaft. Kroemer schreibt dazu: *„Die Aufgabe der Kunst (und Literatur) ist es, der Realität in Form des Kunstwerkes eine andere, fiktive Realität entgegenzustellen und den Rezipienten dadurch an die Kontingenz jeder Wirklichkeitserfahrung zu erinnern, d.h., ihm vor Augen zu führen, daß jede Beschreibung der Welt auch anders möglich ist.“* (Luhmann: Die Kunst der Gesellschaft, Luhmann: Das Kunstwerk und die Selbstproduktion der Kunst; Luhmann: Weltkunst, zit. nach: Kroemer 2004, S. 177) Hiermit findet man also auch seitens Luhmann wieder den Verweis darauf, dass die Wirklichkeit, die man erlebt, nicht der tatsächlichen, wirklichen Wirklichkeit entspricht. Nach Luhmann sind auch Theorien niemals objektiv, sondern immer von ihrem Betrachter abhängig, da der Betrachter niemals außerhalb der Welt steht, sondern immer ein Teil der Welt ist, die er beobachtet. (vgl. Kroemer 2004, S. 177 f.) Nachdem die Fotografie – wie in den Ausführungen dieser Arbeit bereits auf-

gezeigt – durchaus als Kunstform zu sehen ist und auch innerhalb der Ausführungen in dieser Unterlage „Kunstfotografie“ als Differenzierung von der „Informationsfotografie“ zu sehen ist, kann Luhmanns Systemtheorie hier möglicherweise Ansätze liefern.

Dieser Versuch, die beiden hier aufgestellten groben Richtungen der Fotografie anhand ihres Zweckes einer Bewertung (im Sinne davon, ob ein Bild nun als „gut“ oder „schlecht“, „schön“ oder „unschön“ bezeichnet wird) zu unterziehen, kann allerdings nicht ohne eine Anmerkung zu verschwimmenden Grenzen gemacht werden. Starre Kategorien sind selten zu halten, da – wie bei allem im Leben – konkrete Grenzen in Wirklichkeit nicht vorhanden sind. Auch hier spielt der Betrachter wieder eine wesentliche Rolle. Zwei Perspektiven sind hier essenziell: der Fotograf und der Betrachter. Der Fotograf hat die Möglichkeit, über den Einsatzzweck der Fotografie zu informieren – dies gestaltet sich bei historischen Aufnahmen natürlich wahrlich schwierig, sofern es nicht Bildbeschreibungen gibt, die vom Fotografen selbst verfasst wurden. Der Betrachter kann hierzu leichter befragt werden. Zum einen handelt es sich hierbei nicht nur um *eine* Person, sondern jeweils um jene Person, der ein Bild vorgelegt wird, zum anderen ist der Zeitfaktor hierbei weniger relevant. Man darf nicht erwarten, dass bei einer möglichen Untersuchung die jeweils Befragten – ob nun Fotograf oder Betrachter – die Kategorien der „Kunstfotografie“ und jene der „Informationsfotografie“ klar festlegen können. Diese müssen bereits im Vorfeld vom Forschenden einwandfrei dargelegt werden.

Wenn es darum geht, Bildinhalte adäquat zu analysieren, sind Ikonographie und Ikonik bzw. die Ikonologie ein weiterer Anhaltspunkt. Der nächste Abschnitt widmet sich somit den genannten Ansätzen und soll versuchen, die Analyse von fotografischem Material kommunikationswissenschaftlich zugänglicher zu machen.

3.5. Ikonographie - Ikonologie

„Das Sehen, mit dem wir unsere Umwelt wahrnehmen, ist kein gleichsam photographischer Vorgang, sondern ein geistiger Akt, der sich erst in der kognitiven Leistung des Erkennens vollendet. Dabei sind wir unwillkürlich

immer bestrebt, den generellen Eindruck, den wir mit den Augen empfangen so zu verarbeiten, dass wir die spezifischen Einzelheiten im optisch Gegebenen erfassen.“

(Büttner / Gottdang 2006, S. 11)

Wie nicht anders zu erwarten, befinden wir uns wieder im Wahrnehmungsbereich des Sehens. Büttner und Gottdang verweisen in ihrem Buch zur Einführung in die Ikonik nochmals auf den menschlichen Sehsinn und seine Bedeutung. Nach ihnen wird der Sehsinn als eine Art „höherer Sinn“ des Menschen gesehen, der es uns mehr als alle anderen Sinne ermöglicht, unsere Umwelt zu erschließen. (vgl. Büttner / Gottdang 2006, S. 11) Bereits die Überschrift zeigt, dass es unterschiedliche Methoden gibt, Bilder zu analysieren. Die Lehren können aufgrund ihrer Benennung sehr irreführend wirken und zur Verwechslung verleiten. Deshalb soll nun nachfolgend – beginnend mit der Ikonographie und ihrer Erklärung nach Büttner und Gottdang – erklärt werden, worum es sich bei den unterschiedlichen Ansätzen handelt.

Die Ikonographie wird definiert als *„Lehre von den Bildinhalten“* (Büttner / Gottdang 2006, S. 13). Das Wort stammt aus dem Griechischen und bedeutet wörtlich „Bild ritzen“, „Bild schreiben“. (vgl. ebd.) Die Autoren unterscheiden Ikonographie und Ikonologie folgendermaßen: *„Von der Ikonographie zu unterscheiden ist die Ikonologie, die von Erwin Panofsky als kunstgeschichtliche Methode begründet wurde. Sie hat das Ziel, das Kunstwerk als Symbol weltanschaulicher Vorstellungen zu interpretieren, die beispielsweise in Religion, Philosophie oder politischer Ideologie verankert sein können. Die ikonologische Interpretation setzt die korrekte ikonographische Deutung voraus und baut auf ihr auf.“* (Büttner / Gottdang 2006, S. 13) Nach den Autoren ist es die Aufgabe der Ikonographie, die Bedeutung von Zeichen und Symbolen zu erschließen und Figuren, denen man in Bildern begegnet, zu identifizieren. *„Die ikonographische Analyse soll uns in die Lage versetzen, ein Bildgeschehen in seiner spezifischen, durch das Bild vermittelten Auffassung zu verstehen.“* (Büttner / Gottdang 2006, S. 14) Man kann also die Ikonographie auch als „Hermeneutik der Bilder“ bezeichnen. So wie die Hermeneutik in der Philosophie an sich versucht, Texte verständlich zu machen, versucht die Ikonographie Bedeutungen von Bildern herauszuarbeiten. (vgl. Schmidt 2009, S. 9) Als kunstgeschichtliche Methode der Bildbeschreibung geht die Geschichte der Ikonographie Jahrhunderte zurück. Als erster ge-

nannter Weiterentwickler der frühen Ikonographie wird Aby Warburg angeführt – er erweiterte den Bildbegriff erheblich, indem er angab, dass Aussage, Motiv und Bedeutung eines Bildes wichtiger waren als die vorher im Vordergrund stehende ästhetische und/oder künstlerische Qualität. (vgl. Lobinger 2012, S. 250) Durch die Weiterentwicklung der Ikonographie durch Warburg etablierte sich eine neue Methode in der Bedeutungsanalyse von Kunst. Bekannt geworden ist diese Methode in weiterer Folge als Ikonologie. (vgl. Schug 2012, S. 64) Jener Mann, der zwar nicht als Vater der Ikonologie gilt, aber die Ikonographie ebenfalls weiterentwickelte und sie damit für die heutige Zeit geprägt hat, war Erwin Panofsky. Er entwickelte die Ikonografie ebenfalls weiter – und zwar präzisierte er das Verfahren der Ikonographie so weit, dass er dabei die berühmte Dreistufenmethode entwarf, die es auch heute erlaubt, moderne Medieninhalte einer Untersuchung zu unterziehen. Der Unterschied zwischen Ikonographie und Ikonologie besteht für Panofsky in den Funktionen der beiden Verfahren: „graphie“ steht dabei für etwas Deskriptives, während „logie“ (von „logos“ abgeleitet) so viel wie Denken oder Vernunft bedeutet und eine Interpretation nach sich zieht. (vgl. Lobinger 2012, S. 251)

In seiner adaptierten Analyse verbindet Panofsky sowohl die Ikonographie als auch die Ikonologie. Zunächst plädiert er auf eine ikonografisch-ikonologische Analyse, welche die vorikonische Beschreibung, die ikonografische Analyse und die ikonologische Interpretation des Bildes beinhaltet.

Gegenstand der Interpretation	Akt der Interpretation	Ausrüstung für die Interpretation	Korrektivprinzip der Interpretation (Traditionsgeschichte)
I <i>Primäres oder natürliches Sujet - (A) tatsächlich, (B) ausdruckschaft -, das die Welt künstlerischer Motive bildet</i>	<i>Vor-ikonographische Beschreibung (und pseudo-formale Analyse)</i>	<i>Praktische Erfahrung (Vertrautheit mit Gegenständen und Ereignissen)</i>	<i>Stil-Geschichte (Einsicht in die Art und Weise, wie unter wechselnden historischen Bedingungen Gegenstände und Ereignisse durch Formen ausgedrückt wurden)</i>
II <i>Sekundäres oder konventionales Sujet, das die Welt von Bildern, Anekdoten und Allegorien bildet</i>	<i>Ikonographische Analyse</i>	<i>Kenntnis literarischer Quellen (Vertrautheit mit bestimmten Themen und Vorstellungen)</i>	<i>Typen-Geschichte (Einsicht in die Art und Weise, wie unter wechselnden historischen Bedingungen bestimmte Themen oder Vorstellungen durch Gegenstände und Ereignisse ausgedrückt wurden)</i>
III <i>Eigentliche Bedeutung oder Gehalt, der die Welt "symbolischer" Werte bildet</i>	<i>Ikonologische Interpretation</i>	<i>Synthetische Intuition (Vertrautheit mit den wesentlichen Tendenzen des menschlichen Geistes), geprägt durch persönliche Psychologie und "Weltanschauung"</i>	<i>Geschichte kultureller Symptome oder "Symbole" allgemein (Einsicht in die Art und Weise, wie unter wechselnden historischen Bedingungen wesentliche Tendenzen des menschlichen Geistes durch bestimmte Themen und Vorstellungen ausgedrückt wurden)</i>

Tabelle 5: Überblick über Panofskys Dreischritteschema (Panofsky 2006, S. 57)

Die hier von Panofsky angeführten Schritte in der Bildanalyse basieren auf den drei Sinnesebenen, welche Karl Mannheim definierte. (vgl. Panofsky 202, S. 38 ff.)

1. Primäres oder natürliches Sujet:

„unterteilt in Tatsachenhaftes und Ausdruckhaftes. Auf diesem analytischen Basislevel werden die Konfigurationen von Linien und Farben als Formen und Figuren identifiziert. Die Aufzählung der erkannten Motive des Sujets wird bei Panofsky als vorikonografische Beschreibung bezeichnet.“ (Lobinger 2012, S. 251)

2. Sekundäres oder konventionales Sujet:

„Auf dieser Stufe werden die sekundären Bedeutungen der zuvor identifizierten Motive behandelt. Die Frau, die dem Betrachter einen Apfel entgegen hält, wird auf dieser Analyseebene als biblische Eva erkannt, die für Versuchung steht.“ (ebd.)

Im dritten Schritt erfolgt die Verknüpfung beider Stufen zu einer „eigentlichen Bedeutung“.

Es wird also ersichtlich, dass es sich bei dieser Bildanalyse um ein qualitatives Verfahren handelt. Lobinger führt noch weitere Herangehensweisen an, welche sich auf qualitative Weise mit der Analyse von Bildern auseinandersetzen. Allerdings ist die Ikonographie bzw. die Ikonologie die zentralste.

Neben den qualitativen Verfahren zur Bildanalyse gibt es auch quantitative Methoden. Innerhalb der Kommunikationsforschung ist die quantitative Inhaltsanalyse die häufigste verwendete Methode. *„Die quantitative Bildinhaltsanalyse, oder auch Visual Content Analysis, basiert auf der (Medien-)Inhaltsanalyse, welche wiederum eine der am häufigsten eingesetzten Methoden der Kommunikationswissenschaft ist.“* (Lobinger 2012, S. 227) Die häufigsten Themen quantitativer Bildinhaltsanalysen sind nach der Reihung von Lobinger (2012, S. 229): „Gender, Race, Ethnien, Migration“, „Politische Kommunikation“, „Nachrichten“, „kein konkretes Themenfeld“, „Wissenschaft, Technik, Risiko“, „Gesundheit, Krankheit, Medizin“, „Sport, Kultur“, „Sonstiges“. Dabei ist anzunehmen, dass es sich bei diesen Analysen – wie auch Lobinger schreibt – um Medieninhaltsanalysen handelt. D.h. nicht die Fotografie an sich, son-

dem die medial vermittelte Botschaft steht im Vordergrund. Aus fotografischer Sicht müsste man sich also qualitativer Methoden bedienen, um das Feld der Fotografie in der Kommunikationswissenschaft genauer zu beleuchten. Qualitative Methoden gibt es nicht nur in der Ikonographie bzw. der Ikonologie. Auch die Semiotik liefert hierfür mögliche Lösungsansätze. Sie soll im nächsten Abschnitt kurz diskutiert werden.

3.6. Semiotik

„Je besser wir die Zeichen und ihre Funktionen verstehen, desto besser können wir uns untereinander verständigen.“ (Sottong / Müller 1998, S. 9)

So beschreiben Sottong und Müller in ihrem Buch „Zwischen Sender und Empfänger: Eine Einführung in die Semiotik der Kommunikationsgesellschaft“ die Relevanz der Zeichentheorie in einer Zeit fortschreitender Kommunikation „zwischen Menschen, Gruppen und Gesellschaften.“ (ebd.) Die Semiotik befasst sich nicht damit, was alles der Interpretation dienen könnte, sondern rein für die „Kommunikation mittels Zeichen.“ Diese Kommunikation ist dem Menschen vor allem durch die menschliche Evolution eigen. (ebd.) Weshalb ist das nun für die Kommunikationswissenschaft und vielmehr für den Themenbereich der vorliegenden Arbeit relevant? Nun, der kommunikationswissenschaftliche Aspekt ist evident. Es geht um die Kommunikation mit Zeichen – diese Kommunikation muss nicht zwangsläufig sprachlich verlaufen (obgleich Worte auch als Zeichen zu verstehen sind, welche sich im Laufe der Zeit etabliert haben). Der fotografische Aspekt ist nun jener, dass Fotografien ebenso ermöglichen, sich über sie zu verständigen. Auch auf Bildern sind Zeichen vorhanden, die vom Betrachter gedeutet werden können. D.h. man kann auch vage behaupten, man könne mittels Fotografien kommunizieren. Fotografien können Zeichen abbilden oder selbst als Zeichen verstanden werden – deshalb die Relevanz innerhalb der Semiotik und Kommunikationswissenschaft.

Den Raum der Zeichen innerhalb der Kultur nennen Sottong und Müller „Semiosphäre“. Dabei nutzen sie den Begriff der „Kommunikationsgesellschaft“, um die in der jetzigen Zeit vorherrschende Semiosphäre zu beschreiben. Um die Semiosphäre deutlicher zu machen, wird sie mit der „Biosphäre“ in Bezug gesetzt und als analog dazu

verstanden. (vgl. Sottong / Müller 1998, S. 19 ff.) „*Man kann in Analogie zur ‚Biosphäre‘, gewissermaßen der Schicht von pflanzlichem und tierischem Leben, die unseren Erdball umgibt, von einer ‚Semiosphäre‘ [...] sprechen, von einer Schicht von Kommunikation, von Äußerungen, die den menschlichen Lebensraum wie eine mehr oder weniger unsichtbare Hülle umgibt.*“ (Sottong / Müller 1998, S. 22) Anhand von Sottong und Müller wird die Semiotik als „Theorie über die Semiosphäre“ aufgefasst. (vgl. Sottong / Müller 1998, S. 31) Die Semiotik beschäftigt sich also mit drei Bereichen:

- *zum einen mit den Zeichen an sich,*
- *weilers damit, wie sie in Systemen organisiert sind und*
- *dem Zeichenkontext*

(vgl. Crow 2012, S. 15)

Bereits ab der frühen Kindheit lernt der Mensch von Beziehungen zwischen Bezeichnendem und Bezeichnetem und legen damit den Grundstein für das Erlernen der Sprache. Das Bezeichnende wäre als Wort zu verstehen, während es sich bei dem Bezeichneten um den Gegenstand handelt. Geht man nun von sprachlichen Zeichen aus, stehen dort zuerst Phoneme – Laute, die zu Worten kombiniert werden können. Aus diesen Lauten wird allerdings erst dann eine Sprache, wenn eine bestimmte Vorstellung damit verknüpft bzw. mitgeteilt wird. Um zu dieser Vorstellung zu gelangen, müssen die einzelnen Laute aufgegeben werden. Es bedarf einer höheren Ebene – nämlich der Verknüpfung dieser Laute zu Worten. Diese Worte sind in unserer Vorstellung präsent – bzw. werden im Laufe der Entwicklung präsent und der Wortschatz wird größer. Und erst mit dieser Verknüpfung zwischen Bezeichnendem und Bezeichnetem entsteht ein Zeichen. (vgl. Crow 2012, S. 16 f.) Denn – wie bereits früher in dieser Arbeit erwähnt, ist auch eine Fotografie ohne ihren Betrachter, der ihr eine Bedeutung einräumt, bedeutungslos. Ebenso funktioniert dies im Bereich der Zeichen. In diesem Sinne kann (in Abhängigkeit von Motiv, Zweck, etc.) unter Umständen auch eine Fotografie selbst als Zeichen gesehen werden.

Ebenso wie ein Zeichen sind auch Fotografien nicht die Wirklichkeit selbst. Sie bezeichnen die Wirklichkeit – bilden sie aber nicht ab. In diesem Sinne kann die Wirklichkeit hier als „Bezeichnetes“ gesehen werden, während die Zeichen diese Wirk-

lichkeit als „Bezeichnendes“ beschreiben. Um diesen Zusammenhang zwischen Zeichen und Fotografie zu verdeutlichen, soll das berühmte Bild von René Magritte dienen:



Abb. 12: Das Bild als Bezeichnendes (René Magritte, zit. nach: Crow 2012, S. 20)

Bild und Text scheinen hier auf den ersten Blick unpassend. Auf den zweiten Blick allerdings erklärt der Text sehr gut, was wir als Betrachter von der Abbildung der Pfeife zu halten haben. Nämlich: eine Repräsentation. Das Bild selbst ist nicht die Pfeife (also die Wirklichkeit an sich), sondern repräsentiert die Pfeife. Zumal es in Wirklichkeit nicht nur diese eine Ausführung einer Pfeife gibt und sie nicht jeder Betrachter in selber Weise in seiner Vorstellung verankert hat. Man kann sozusagen von einer Übereinkunft sprechen, die uns Einigkeit darüber beschert, dass es sich bei der Abbildung auf dieser Grafik um eine Pfeife handelt. Sie ist ein Zeichen, das wir uns vorstellen und deuten können. (vgl. Crow 2012, S. 20)

Peirce verweist auf drei unterschiedliche Zeichenkategorien – Ikon, Index und Symbol. Während Ikons Zeichen sind, die nur einen zeichenhaften Bezug zum Referenten herstellen (als Beispiele werden hier in etwa abgebildete Fabelwesen angeführt) – also reine Vorstellungsbilder, die nicht real existieren müssen. Der Index hingegen steht in einer wirklichen Relation zu realen Objekten. Als Beispiele: Rauch, der auf Feuer hindeutet oder der Wetterhahn, der die Windrichtung anzeigt. D.h. Zeichen und Bezeichnetes verbindet eine kausale Beziehung. Als komplexestes Zeichen wird das

Symbol gesehen. Eine Verbindung zwischen dem Symbol und dem Referenten kommt rein in der Konvention zustande. D.h. wir Menschen einigen uns darauf, dass ein Symbol eine bestimmte Bedeutung hat und geben dieses Wissen weiter. Als Beispiel können hier Verkehrsschilder dienen. (vgl. Hildebrandt / Veit 2009, S. 76 ff.) Für die Fotografie bedeutet das, dass das fertige Bild jede der drei Zeichenkategorien darstellen kann. Eine Fotografie kann sowohl Vorstellungsbilder (Ikons) vermitteln, als auch Kausalzusammenhänge aufzeigen (Index). Auch ist es möglich, dass Bilder von Symbolen gemacht werden bzw. die Bilder selbst von der Gesellschaft zu Symbolen emporgehoben werden.

Laut Lobinger sind semiotische Herangehensweisen „*mit Abstand die am häufigsten verwendeten qualitativen Bildanalysemethoden*“. (Lobinger 2012, S. 246) Somit rechtfertigt sich dieses Kapitel im Hinblick auf die Relevanz für die Kommunikationswissenschaft von selbst.

4. Bildbearbeitung: von Bildentwicklung zu Bildverfremdung

Bilder legen einen weiten Weg zurück. Vom Auge des Betrachters über einen Sucher, hin auf den Sensor, weiter auf einen Film oder eine Speicherkarte, bis hin in eine Dunkelkammer oder einen Computer. Nun ist es so, dass mit der immer weiter heranreifenden Technik auch immer mehr Möglichkeiten geboten werden, um ein Bild zu verschönern, zu bearbeiten, für das Auge schmackhafter zu machen. Doch wo hierbei die Grenze zur Bildverfremdung zu setzen ist, ist sehr schwierig festzustellen bzw. bietet dieses Thema dahingehend enormen Diskussionspielraum. Die Analoge Fotografie soll nun in den Hintergrund treten, um sich der aktuellen Praktik der digitalen Fotografie und deren Potential zu effizienterem Arbeiten, Fehlerkorrektur, aber auch zur Verfremdung der Realität zu widmen.

4.1. Bildverfremdung: Die Grenze zwischen Realität und Virtualität

„Heutzutage begegnet uns der Surrealismus fast in jeder Lebenslage: in der Fernsehwerbung, in Filmen, auf Produktverpackungen und natürlich in der Fotografie. Surreale Bilder sind Bestandteil unseres Lebens und somit ziemlich normal für uns. Die meisten surrealen Bilder, die uns im Alltag begegnen, wurden mithilfe digitaler Techniken erstellt.“

(Probert 2004, S. 7)

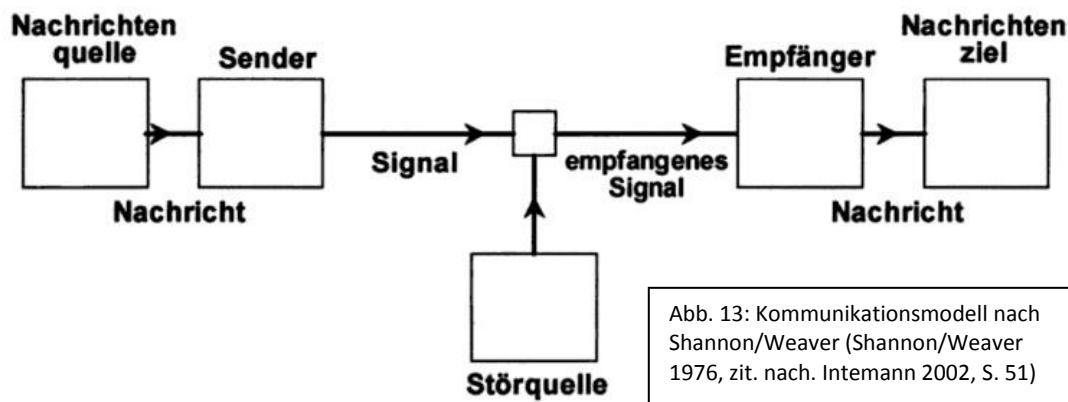
Der Auszug aus Proberts Buch „Digital fotografieren / Surreal: Step by Step“ lässt eigentlich darauf schließen, dass die Surrealität die Menschheit nahezu schon vollkommen eingenommen hat. Virtualität könnte demnach von der Realität schon kaum mehr unterschieden werden. Entsprechend liefert er in diesem Buch auch eine Anleitung dazu, wie man Surrealität mittels Fotografie herstellen kann. Und hier schließt das Thema wieder an den (schon in Kapitel 3.2. erklärten) Konstruktivismus an. Der Terminus der „Wirklichkeitskonstruktion“ tritt in diesem Kontext mehr als sonst in den Mittelpunkt. Um dies näher zu veranschaulichen, soll vorab auf die Unterschei-

dung von Realismus und Konstruktivismus eingegangen werden. *„Der Realismus geht davon aus, dass es eher oder überhaupt nur die Wirklichkeit ist, die auf die Instanz ein-wirkt (!) (und nicht umgekehrt); während der Konstruktivismus behauptet, dass es eher oder überhaupt nur die Instanz ist, die im Akt des Erkennens die Wirklichkeit erzeugt.“* (Weber 2002, S. 11) Es stellt sich hierbei die Frage, ob Realismus und Konstruktivismus unbedingt getrennt voneinander gesehen werden müssen oder ob es sich vielmehr um einen Kreislauf handelt, der die Gesellschaft beeinflusst. Gehen wir vom Zitat Webers aus und spielen das Gesagte durch: Der Mensch selbst erklärt Dinge zur Realität (Konstruktivismus), welche wiederum auf ihn einwirkt (Realismus) und weiter konstruiert werden kann, und so weiter.

Dieser kleine Rückblick auf den Konstruktivismus soll nun aber nicht vom eigentlichen Thema dieses Kapitels ablenken. Dennoch wird schnell ersichtlich, welche Gratwanderung zwischen Wirklichkeit und Konstruktion steht. Bildbearbeitung kann in diesem Sinne auch als Konstruktion gesehen werden – zumindest wenn man davon ausgeht, dass das Bild an sich eine Repräsentation der Wirklichkeit ist und jemand (in diesem Fall entweder der Fotograf oder eben jener, der im Begriff ist, das Bild zu bearbeiten) darauf einwirkt. Hierbei kann man zwei unterschiedliche Arten des Einwirkens feststellen. Der Fotograf wirkt auf die Szenerie ein, indem er einen bestimmten Bildausschnitt wählt. In der Bearbeitung wird nochmals eingegriffen – je mehr bearbeitet wird, umso weniger gleicht das bearbeitete Bild der originalen Fotografie. Vergleichbar ist dieses Szenario mit dem Spiel, das sicherlich viele Leser aus ihrer Kindheit oder Schulzeit kennen – die „Stille Post“. Je weiter eine Information getragen wird, umso mehr wird sie durch Störungsgeräusche, eigene Empfindungen der Erzähler, etc. beeinflusst. Dies könnte man auch auf den Bildherstellungsprozess anwenden. Je mehr Hände dieser Prozess durchläuft bzw. je mehr Schritte zwischen dem Erblicken der realen Szene und der schlussendlichen Finalisierung des Bildes liegen, umso mehr wird verzerrt.

Als Vergleich hierzu kann man das Modell von Shannon und Weaver zu Kommunikationssystemen heranziehen. Zwar wird an diesem Modell innerhalb der Kommunikationswissenschaft kritisiert, dass es rein technisch orientiert (vgl. Intemann 2002, S. 51) ist, allerdings kommt dieser Umstand dem hier zu ziehenden Vergleich mit der Fotografie sehr entgegen, da die von den Autoren angesprochene Störquelle auch in-

nerhalb der Bildbearbeitung eine technische Störquelle ist, die imstande ist, die eigentliche Aussage eines Bildes zu manipulieren.



Lehrbücher für Fotografie und Bildbearbeitung liefern oftmals umfangreiche Anleitungen zur Bildbearbeitung. In manchen Fotografenkreisen ist es wiederum verpönt, sich der Bildbearbeitung anzunehmen, da nach deren Anschauung die Kunst des Fotografierens darin liegt, den Moment so festzuhalten, wie ihn der Fotograf in dem Moment selbst gesehen hat und die Bildbearbeitung wird infolgedessen dann auch seitens der Fotografen als Manipulation des Betrachters gesehen. So leicht einem Photoshop und Co. die Arbeit auch machen, ist die Technik also nicht immer erwünscht. Dennoch dominieren in Medien Fotografien, die weitestgehend von der Realität entfremdet wurden. Man wundert sich, warum der Schokoriegel – nachdem man ihn zu Hause ausgepackt hat – vollkommen anders aussieht, als die Werbung ihn versprach. Es tauchen „schockierende“ Bilder von Berühmtheiten auf, die von einem Paparazzo zufällig ungeschminkt abgelichtet wurden. Vor allem in Bezug auf die körperliche Erscheinung von Menschen erscheint der Einschnitt in die Realität beträchtlich. Immer mehr finden sich innerhalb der Massenkommunikation beispielsweise Stimmen gegen die derzeit geltenden Schönheitsideale (vor allem bei Frauen). Zeitschriften wie „Brigitte“ oder die Körperpflegemarke „Dove“ weigern sich, Models unterhalb eines bestimmten Levels in Bezug auf die Gesundheit des Körpers in Verbindung mit ihrem Körpergewicht, abzubilden. Was allerdings nicht geklärt werden kann ist, wer dieses derzeit geltende Schönheitsideal zu verantworten hat. Ob Medien hierbei eine festlegende Rolle spielen oder vielmehr als weiterführende Institutionen dieses Ideals gelten, kann nicht beantwortet werden. (vgl. Lüttenberg / Ferrari / Ach 2011, S. 19) Den-

noch werden Fotografien – eben damit sie medientauglich sind – manipuliert. Und hier schließt sich der Kreis zur „Wirklichkeitskonstruktion“ bzw. zur Manipulation der Realität in Bezug auf Fotografie und Bildbearbeitung. Die Wirklichkeit, bzw. ihre Repräsentation auf Fotografien, scheint niemals schön genug zu sein, um für die mediale Verbreitung zu taugen. Dies wird eben am Beispiel der Fotografien für die Mode-, Kosmetik-, Schönheitsindustrie sehr deutlich.

4.2. Auswirkungen der Bildverfremdung der heutigen Zeit

Welche Auswirkungen könnte eine verfremdete Realität haben, wenn man davon ausgeht, dass a) Medien Realität konstruieren und b) Medien diese Realität teilweise verzerren? Man kann schlichtweg annehmen, dass Realität und Fiktion nicht mehr voneinander zu unterscheiden sind. Natürlich handelt es sich hierbei um eine überspitzt formulierte Behauptung. Allerdings kann Medien – zumindest gewissen Medien – eine hohe Glaubwürdigkeit zugeschrieben werden. Und vor allem visuelle Medieninhalte (hier ist der Vorreiter natürlich das Fernsehen) wirken auf den Rezipienten glaubwürdiger als die rein textliche Form von Informationen. Geht man nun davon aus, dass diese visuellen Inhalte bewusst manipuliert werden, kann man auch davon ausgehen, dass diese manipulierten visuellen Inhalte von einer großen Zahl an Rezipienten für wahr gehalten werden. (vgl. Hausjell / Schwarzenegger 2005: Bilder, Banalität und Tiefkühlkost. Serie „50 Jahre Fernsehen“ im Kurier – Teil 3 vom 9. August 2005, S. 26)

„Die Medien geben uns ein Bild von der Welt, bei deren täglichen Vervielfältigung sich inszenierte Wirklichkeit und reelle Ereignisse bis zur Unkenntlichkeit miteinander vermischen. Allzu oft werden dabei Teilstücke bewusst weggelassen und als der ganze Vorgang dargestellt, oder sie werden in völlig andere Zusammenhänge gestellt. Die Medien konstruieren also ein fertiges Bild, aus dem Umstand heraus, nicht alles zeigen zu können oder zu wollen.“ (Jaksch 2011, S. 30)

Natürlich ist diese Aussage Jakschs auf die gesamte Medienlandschaft zu beziehen – nicht lediglich auf visuelle Kommunikation. Bedenkt man allerdings die enorm hohe

Verwendungsrate von Bildern in den Medien und bedenkt alleine die Manipulationsmöglichkeiten (man muss hierbei gar nicht an die tatsächliche Manipulation denken, sondern kann rein die vorhandene Möglichkeit als Denkbeispiel annehmen), dann liegt hierin eine unsagbare Macht über die individuelle Realität der Rezipienten.

4.3. Manipulation durch Bilder – Beispiel: Schönheitsideal

Fotografien können lügen. Oder besser: das, was daraus gemacht wird. Wie oben bereits geschrieben, kann ein Foto die Wirklichkeit vorgaukeln und einem glauben machen, das, was man da sieht, wäre die Realität. Auch wurde bereits angesprochen, wie „normal“ die Surrealität in unserem Leben bereits geworden ist. Nun soll ein Beispiel herausgegriffen werden, um den Effekt der Bildmanipulation deutlich aufzuzeigen – das gängige Schönheitsideal. Wie angesprochen, lässt sich nicht beantworten, inwieweit Medien hierfür die treibende Kraft sind. Vielmehr kann beispielsweise auch die Modebranche im Speziellen hier im Bereich der Schönheit eine festlegende Rolle spielen. Dennoch erlebt der Rezipient nicht die reale Mode- bzw. Schönheitswelt, sondern eben nur die medial vermittelte. Die Verbindung zur Fotografie ergibt sich eben daraus, dass es sich bei einem Schönheitsideal nicht um ein moralisches Ideal handelt, sondern um ein rein visuelles. So unterschiedlich die inneren Bilder dieses Schönheitsideals auch individuell sein mögen, so ähnlich sind sie sich allerdings in ihren unterschiedlichen Eigenschaften. Und dieses Bild war nicht immer so. Laut Jacobi, Paul und Thiel klafft die Schere zwischen Schönheitsideal und tatsächlicher körperlicher Beschaffenheit – wie beispielsweise Körpergewicht oder Konfektionsgrößen - von Frauen seit den letzten 50 Jahren immer weiter auseinander. (vgl. Jacobi/Paul/Thiel 2004, S. 23)

Erika Schedler benennt ein Unterkapitel in ihrem Buch „Gewinne aus der Arbeit mit Menschen mit Behinderung“ ein Kapitel ganz treffend: „Die manipulierte Schönheit von heute“. *„Die Abbildung von zeitgemäßer Schönheit in den Massenmedien besitzt eine Vorbildwirkung, animierend für (unreflektiertes) Nachahmen. Damit sind auch langbeinige Supermodels mit Essstörungen, dem Geschlecht nicht immer eindeutig zuordenbare Stars im Musikbusiness, Pornosternchen etc. als moderne ‚Ikonen‘ gemeint. Kosmetische Chirurgie als Hilfe beim Erreichen bestimmter Körpermerkmale*

ist schick und fernsehtauglich geworden.“ (Schedler 2013, S. 31) Zwar schreibt Schedler hier von der „Abbildung zeitgemäßer Schönheit“, was so viel bedeutet wie: Medien legen das Schönheitsideal nicht fest. Aber dennoch scheinen Massenmedien hierbei eine relevante Rolle zu spielen, wenn es darum geht, ein Ideal aufrecht zu erhalten. Interessant hierbei ist jedenfalls die Verbindung zu krankmachenden Facetten dieser Abbildungen. Essstörungen müssen zwar nicht zwangsläufig mit dem Schönheitsideal einhergehen, es kann aber doch angenommen werden, dass dieses auch sehr oft medien- bzw. idealinduziert geschieht.

Medien knüpfen an das vorherrschende Ideal an und greifen diese festgesetzte „Schönheit“ auf. Einerseits wird das abgebildet, was sich in der Wirklichkeit tatsächlich wiederfindet: oftmals makellose Körper von Models, perfektes Make-Up, definierte Muskelpartien. Dies bringen die eingesetzten Menschen, welche als Missionare der Schönheit in die Welt geschickt werden, mit sich. Aber auf der anderen Seite wird mittels Bildretusche auch alles, was nicht in dieses Ideal passt, passend gemacht. D.h. einerseits gibt es natürlich diese Makellosigkeit, die medial gezeigt wird. Der Teufelskreis entsteht aber erst dann, wenn auch alles, was eben nicht makellos ist, makellos gemacht wird. Unschöne Dellen an Oberschenkeln – als negativ konnotierter Begriff der „Cellulite“ bekannt – werden mittels Bildbearbeitungsprogrammen unsichtbar gemacht. Dort, wo ein Bauch nicht flach genug ist, wird das Titelbild modifiziert, um dem Schönheitsideal zu genügen.

Doch nicht nur die Bildbearbeitung greift hierhingehend zu oft außergewöhnlichen Mitteln. Bereits bei der Fotografie passiert es, dass darauf geachtet wird, aus welchem Blickwinkel die Beine länger, der Bauch schlanker, die Augen strahlender wirken.

5. Medienethische Perspektive

5.1. Medienethik und Fotografie

Der letzte Abschnitt des vergangenen Kapitels beschäftigte sich vor allem mit der Bildmanipulation bzw. der Bildbearbeitung. Vor allem, wenn es um die Fotografie des Menschen – also dem Menschen als fotografiertes Objekt – geht, spielt die Medienethik eine wesentliche Rolle. *„Unter Ethik wird die wissenschaftliche Beschäftigung mit Genese und Anwendung von Normen verstanden. Während Moral die Normen bezeichnet, die Handeln anleiten, reflektiert Ethik als ‚Moralphilosophie‘ bzw. ‚Reflexionstheorie der Moral‘ diese moralischen Normen und ihre Begründung. Ethik begründet allgemeingültige Regeln für gutes und gerechtes Handeln.“* (Schicha 2010, S. 10) Und so beschäftigt sich die Medienethik mit diesem „guten und gerechten Handeln“ im Bereich der medialen Kommunikation. Und zur Notwendigkeit einer Ethik der visuellen Kommunikation im Speziellen schreiben Isermann und Kneiper folgendes:

„Sowohl die beschriebene Bilderflut (in der heutigen Zeit, Anm.) als auch ihr steigender Einfluss in der täglichen Massenkommunikation begründen mehr denn je die Notwendigkeit einer Ethik der visuellen Kommunikation. Und zwar vor allem, weil sich trotz der gesteigerten Bedeutung von Bildern keine Zunahme einer allgemeinen Bildkompetenz in der Gesellschaft attestieren lässt.“ (Isermann & Kneiper 2010, S. 304)

Als Beispiele medienethischer Grenzbereiche werden in Schichas Buch (vgl. 2010) unter anderem „Tod und Sterben“, „Mediale Gewaltdarstellungen“, oder etwa „Kriegsberichterstattung“ benannt.

Um nun eine Brücke zwischen Medienethik – wie in Schichas Buch aufgearbeitet – und einer Bildethik schlagen zu können, soll nun in weiterer Folge ein Diskurs eröffnet werden, der unter anderem diese Grenzbereiche, welche weiter oben aus Schichas Buch zitiert wurden, in Verbindung mit der Bildberichterstattung zu bringen. Alle drei erwähnten Grenzbereiche treffen auf den Holocaust zu. Ein Themengebiet, das auch nach rund 70 Jahren immer wieder in den Medien vertreten ist.

5.2. Exkurs: Eine medienethische Diskussion zu Holocaust-Bildern

Um einen möglichen medienethischen Diskurs zu veranschaulichen, soll nun in weiterer Folge ein Exkurs in eine tatsächlich vorherrschende Diskussion in Bezug auf die Bildberichterstattung und ihre medienethische Perspektive eingetaucht werden. In Anbetracht der Sensibilität des hier behandelten Themas, steht diese Diskussion nun ganz am Ende der vorliegenden Arbeit. Dies hat zwei Gründe: zum einen kann eine medienethische Diskussion niemals objektiv – d.h. ohne persönliche Stellungnahme – geschehen. Hier fließen Positionen und Meinungen ein. Dies sollte den Leser nicht schon zu Beginn der Arbeit beeinflussen. Zum anderen verdient diese Diskussion eine gewisse Alleinstellung. Hat sich diese Arbeit bisher mit sehr allgemeinen Dingen auseinandergesetzt, wird hier eine konkrete Tragödie diskutiert, die die Fotografie in Verbindung zur Kommunikationswissenschaft bringt.

Prolog – ein möglicher Einstieg

Täglich bombardieren uns Medien mit Bildern. Bildern von Grausamem. Bildern von Verbrechen. Bildern von Unvorstellbarem. Hier stehen oft nicht nur aktuelle Themen im Vordergrund. Manche Ereignisse wollen (bzw. sollen) einfach keine Ruhe finden. Weder im Gedächtnis der Menschen, noch im ständigen Drang der Medien, schreckliche Ereignisse immer wieder in den Vordergrund zu rücken. Eines der wohl bekanntesten publizierten Themen stellt hier wohl der Holocaust zu Zeiten des Nationalsozialismus dar. In manchen Zeitschriften ist Adolf Hitler nach wie vor die meist publizier- te Person auf dem Titelblatt. Auf der einen Seite ist der Zweite Weltkrieg ein Tabuthema. Auf der anderen Seite aber wird die Hölle der Vernichtung immer und immer wieder neu aufgerollt. Neue Dokumentationen, neue Artikel, neue Berichte – immer wieder von anderen Seiten beleuchtet. Und oft scheint es, als wäre die Lust danach, mit jedem Mal noch erschreckendere Bilder in den Vordergrund zu stellen, ins Unermessliche gestiegen.

Erfüllen Medien hiermit noch immer ihre Pflicht als „Informanten der Gesellschaft“? Weiß nicht ohnehin schon „jeder“, was in dieser Zeit passiert ist? Bedarf es noch einer „Aufklärung“? Oder grenzt dies bereits an eine Horrormaschinerie, deren Nahrung die Gier der Menschen, Unvorstellbares zu betrachten, ist? Wird den Menschen, die auf

den Bildern in ihrer Todesstunde zu sehen sind nicht auch noch der letzte Funken Würde genommen? Oder war es deren Willen, die Welt darauf aufmerksam zu machen, welch unvorstellbare Leiden hinter verschlossenen Türen und abgezünten Arealen sie durchmachen mussten? Welche Berechtigung haben solche Bilder? Dieser Frage soll nun im folgenden Abschnitt nachgegangen werden. Doch neben der Berechtigung zu sein und zu zeigen an sich, steht noch eine viel wichtigere Frage im Raum. Haben Bilder denn überhaupt Recht? Ist es denn wirklich so, dass wir mit Bildern die Wahrheit ergänzen? Oder benutzen wir sie als Beweis dessen, was sich keiner vorzustellen vermag?

Durch die Auseinandersetzung mit Medien, mit Fotografie und unter anderem durch die Beschäftigung mit diesem Thema – nämlich der Bildberichterstattung zum Holocaust – kann man lernen, Bilder „mit anderen Augen“ zu sehen. Darüber nachzudenken, was ein Bild aussagen kann und was – auch wenn es ein kleinwenig unglaublich klingt – Bilder eigentlich wollen.

Informieren wollen? Informieren müssen?

Es werden jene vier Bilder aufgegriffen, die Georges Didi-Huberman in seinem Buch „Bilder trotz allem“ behandelt. Vier Aufnahmen – gemacht von Mitgliedern des Sonderkommandos. Geheim geplant und unter hohem Risiko aufgenommen. Es ging um alles in der Welt darum, die Welt wissen zu lassen, was hier hinter verschlossenen Türen und scheinbar völlig abgeschnitten von der Außenwelt passiert.

„Diesem allen ein Bild entreißen? Trotz allem? Ja. Es galt, diesem Unvorstellbaren um jeden Preis eine Form zu geben. Die Aussichten, zu fliehen oder sich aufzulehnen, waren in Auschwitz so gering, daß (!) das einfache Aussenden eines Bildes oder einer Information – eines Plans, einiger Ziffern oder Namen – zur größten Dringlichkeit wurde, eine der letzten Gesten der Humanität“ (Didi-Huberman 2007, S. 26)

Daraus lässt sich schließen, dass die Autoren diese Bilder genau zu diesem Zweck gemacht haben: Um der Außenwelt einen Hinweis darauf zu geben, welch Ungeheuerliches innerhalb dieser Mauern passiert. Was eigentlich bedeuten würde, dass jeder,

den diese Bilder erreichen, die Pflicht hat, diese weiterzutragen. Die Pflicht, den Menschen, die (noch) in Unwissenheit leben, diese Information mitzugeben. Sie teilhaben zu lassen.

"Wenn Bilder Teil des sozialen Gedächtnisses einer Gesellschaft sind, erfüllen sie vor allem die Funktionen von Information und Veranschaulichung. Es ist aber noch eine zweite Funktion von Bildern, die im bildethischen Diskurs eine Rolle spielt: das Potenzial, zu politischem Handeln aufzufordern, Einstellungsänderungen (z.B. gegenüber der Legitimation eines Krieges) auf breiter gesellschaftlicher Basis zu bewirken oder auch Spenden für Katastrophengebiete zu generieren oder zumindest zu befördern. Bilder können – wie die Sprache auch – zu konkretem Handeln auffordern und haben somit eine Appell- Funktion."
(Leifert 2008)

Aufgabe von Medien ist es, dieses Wissen weiterzutragen, für die Gesellschaft relevante Themen zur Sprache zu bringen. Wahrheitsgetreue Information, Transparenz und Aufklärung sind jene Punkte, denen seriöse Medien nachzugehen haben. In diesem Fall – hinsichtlich dieser Bilder des Sonderkommandos in Auschwitz – ist es schlicht und ergreifend Pflicht der Medien, diese Informationen weiterzugeben. Doch wo liegt hier die Grenze aus moralischer Sicht? Aus einer bestimmten Sichtweise wäre es ein „Wissen-Lassen-Müssen“ - eine Verpflichtung, die Information weiterzutragen. Weniger, um den Greul, der damals stattgefunden hat, weiterzutragen und ihn nicht in Vergessenheit geraten zu lassen. Eher, weil es der Wunsch derer war, die diesen Greul erlebt haben. Keinerlei Aussicht auf Besserung, einzige Aussicht der Tod – und trotzdem setzen sie das, was sie noch haben, aufs Spiel, um der Welt etwas mitzuteilen. Die Bilder können als eine Art Testament verstanden werden – ein letzter Wille, ein letzter Wunsch. So wäre es schlichtweg moralisch nicht richtig, solche Bilder als Tabu unter Verschluss zu halten – und im Gegensatz dazu ein kleinwenig „Gutes“, das man heute noch für jene wagemutigen Häftlinge tun kann indem man ihrem Wunsch gerecht wird. Also eine moralische Pflicht.

Gibt es Grenzen?

Diese Bilder zeigen nicht nur, was sie abbilden. Es verbirgt sich viel mehr hinter dem, was offensichtlich ist – nämlich der stetige Umgang mit dem Tod, die Resignation innerhalb der Lager – und nicht zu verachten – durch die Autoren dieser Bilder ein Widerstand. Der Widerstand gegen den Willen, alles, was jemals mit dem Judentum zu tun gehabt hat, auszulöschen, indem Erinnerungen geschaffen werden. Erinnerungen in Form von Bildern.

Betrachtet man diese Bilder nun in Verbindung mit einer möglichen Publikation in den Medien, könnte ein Vorwurf lauten, dass den Bildern nicht genügend Informationsgehalt eigen ist. Information wird leider oft so verstanden, als dass das, was auf einem Bild zu sehen ist, genügen muss – also das Bild an sich genügend Information liefert und es keiner weiteren Erklärung bedarf. Doch geht es bei diesen Bildern wirklich darum, alles sehen zu müssen? Bieten sie nicht Raum zur Vorstellung? Um das erste Bild (Abb. 14) in diesem Zusammenhang anzusprechen:



Abb. 14: Originalabbildung des Sonderkommandos – Abb. 4 aus Didi-Huberman 2007, S. 29, Abb. 12



Abb. 15: Retuschierte Form von Abb. 14.
– aus Didi-Hubermann 2007, S. 29)

Dieses Bild (Abb. 14) ist so, wie es hier erscheint, eine Originalaufnahme. Das Düstere, der schwarze Rahmen, die Umrisse in weiterer Entfernung. Daneben (Abb. 15) dasselbe Bild - nur für die Medien, deren Publikationen und den benötigten Informationsgehalt passend gemacht. Doch wo liegt hier die Grenze? Wie Georges Didi-Huberman es beschreibt, werden die Bilder hier "vorzeigbar" gemacht (vgl. Didi-Huberman 2007, S. 60).

"Das Beschneiden der Bilder stellt jedoch einen gleichermaßen formalen, historischen, ethischen und ontologischen Eingriff dar." (ebd. S. 61)

"Zwei Güter geraten bei umstrittenen Bildpublikationen miteinander in Konflikt: Auf der einen Seite steht die Aufgabe von (Bild-)Berichterstattung, Wirklichkeit so unverfälscht und umfassend wie möglich abzubilden. Diese Pflicht zur Dokumentation von Wirklichkeit im Interesse der Öffentlichkeit erfährt ihre Einschränkung durch die Würde und das Persönlichkeitsrecht von Abgebildeten." (Leifert 2008)

Wirklichkeit wiedergeben - aber bis zu welchem Punkt? Hieran soll angeknüpft werden, um einige Gedanken weiterzuspinnen. Zu Bildern gehören Erinnerungen, Erfahrungen oder eben Worte, die sie erklären und begreiflich machen. Ein Bild zeigt mög-

licherweise etwas, das erklärt werden muss, da niemand, der nicht an der "Wirklichkeit der Entstehung des Bildes" - also die Situation, in der das Bild aufgenommen wurde - teilgehabt hat, begreift, welche Bedeutung, welcher Sinn hinter dem Abgebildeten steckt. Nun suchen Medien jenen weg, Bilder so zu publizieren, dass so wenig wie möglich Erklärungsbedarf besteht. Bilder müssen "genügen" - alleine aus sich heraus eine Geschichte erzählen können - auch, wenn diese Geschichte in diesem Rahmen dann gekürzt und auf das Gezeigte reduziert wird. Natürlich erzählt das erste Bild (Abb. 14) eine Geschichte für sich. Allerdings nicht ohne Erklärung. Niemand, der sich nicht im Vorhinein informiert hat, weiß, unter welchen Umständen dieses Bild angefertigt wurde. Welcher Gefahr der Autor des Bildes in diesem Moment ausgesetzt war. Niemand weiß, dass die schwarze Umrahmung des Bildes genau jene Todeszone darstellt, die es zu zeigen versucht.

So kann man nun zwei Wege wählen: Entweder, man erklärt das Bild - das unveränderte Bild (Abb. 14) so, dass jeder den Wert des Bildes in diesem Zusammenhang erkennen kann und auch versteht, warum dieses Bild aus ästhetischer Sicht (die Ungeradheit, die Verzerrtheit, die Distanz) so ist, wie es ist, oder man reduziert das Bild, so, dass man es nicht mehr zu erklären braucht, da es nicht mehr dem ursprünglichen Bild mit seiner Geschichte entspricht. Ein Bild, das nun seine eigene Geschichte erzählt (Abb. 15). Natürlich soll versucht werden, die Wahl beider Wege zu verstehen - allerdings kann nicht vorausgesetzt werden, dass sich Journalisten diesen philosophischen Hintergrund zu Bildern aneignen oder vermitteln. Es gehört zu ihren Aufgaben zu informieren und der Öffentlichkeit das mitzugeben, was für sie relevant ist. Es ist allerdings nicht seine Aufgabe, darüber zu entscheiden, was Menschen von einem publizierten Bild halten sollen. Denn genau das ist das, was die Medien bewirken sollen - dass sich jeder ein eigenes Bild über Dinge machen kann bzw. soll. Je nachdem, aus welchem Blickwinkel man es betrachtet - und man kann sagen, dass der "Blickwinkel" hier ein sehr wichtiges Schlagwort ist - ist jeder der beiden Wege gerechtfertigt. Nur haben beide Wege eine vollkommen gegensätzliche Zielsetzung und demnach möchten sie ganz anderes bewirken.

Sensationslust?

Auch auf folgendes Bild ist in diesem Zusammenhang Rücksicht zu nehmen:



Abb. 16: Frauen laufen in die Gaskammer – aus Didi-Huberman 2007, S. 59, Abb. 9

Derselbe Autor, der auch das obige Bild (Abb. 14) gemacht hat, hatte hier unter menschenunwürdigsten Bedingungen versucht, der Wirklichkeit ein Stück abzuverlangen, um es der Außenwelt mitzuteilen. Frauen, die nackt in eine der Gaskammern getrieben werden - den Tod vor Augen - ihre letzten Augenblicke.

Auch von diesem Bild existiert eine retuschierte Version - in dieser Arbeit nicht abgebildet. Wie man unschwer erkennen kann, ist das Ursprungsbild sehr verschwommen, allerdings ist gut erkennbar, was dargestellt sein soll. Es bedarf hier keiner weiteren Erklärung.

Anders, als bei den Bildern oben (Abb. 14-15) ist zu dieser Bildbearbeitung Veränderung eine eher kritische Haltung einzunehmen. Die Retusche des Bildes bestand darin, den abgebildeten Frauen mittels Fotobearbeitung Brüste und Gesichter zu modellieren (spätestens zu diesem Zeitpunkt soll dem Leser verständlich werden, warum hier auf eine Abbildung der retuschierten Version verzichtet wurde). Was diese Veränderung am Informationswert des Bildes ändern sollte, ist unklar. Diese Retusche ist der Sensationslust zuzuschreiben. Dem Schrecken wird ein Gesicht gegeben. Auch hier gibt es zwei Einstellungen: Auf der einen Seite wieder jene, informieren zu wollen bzw. zu müssen und auf der anderen Seite die Einstellung, alles so genau wie möglich zeigen zu müssen. Manchmal wirkt die Sensationslust nach dem Schrecken so, als würden die Menschen danach gieren, diese Hölle wie in einem Zoo nach wie vor mit eigenen Augen betrachten zu können. Sagen zu können, man hat alles gesehen - sagen zu können, dass man genau weiß, wie es war. Allerdings hängt ein informatives Bild nicht mit der Genauigkeit seiner Details zusammen sondern mit dem Wahrheitswert des Ganzen - und genau dieser Wahrheitswert entspricht nicht den Details, die darauf zu

sehen sind, sondern diesem offensichtlich "Unperfekten", dieser augenscheinlich alles anderen als leichten Situation, in der sich der Autor dieses Bildes befand.

Im Gegensatz zu den ersten Bildern (Abb. 14-15) wurde in diesem Bild nichts weggenommen, sondern hinzugefügt - etwas, was nicht ursprünglich mit dem Entstehen des Bildes zu tun gehabt hat. Also eine Schwindelei. Was die genannten ersten Bilder angeht, ist eine klare Differenzierung der Aufgabengebiete der Publizierenden auszumachen. Einerseits jener, der die tieferen Gründe eines Bildes erklären möchte, andererseits jener, der die Aufgabe hat zu informieren. In diesem Fall (Abb. 16) jedoch kann die Manipulation lediglich als Verzerrung gesehen werden.

Geht es um Sensationslust, passt auch folgendes Bild (Abb. 17) sehr gut zum Thema. Ein Bild, auf dem nichts zu sehen ist - zumindest aus der reinen Betrachtung und ohne Hintergrund Informationen. Solch ein Bild würde schnell als "wertlos", "ohne Informationsgehalt" oder "zu sehr erklärungsbedürftig" abgestempelt werden. Die Geschichte dieses Bildes erzählt die Geschichte des Himmels über der Todeszone - der Himmel über Birkenwald.

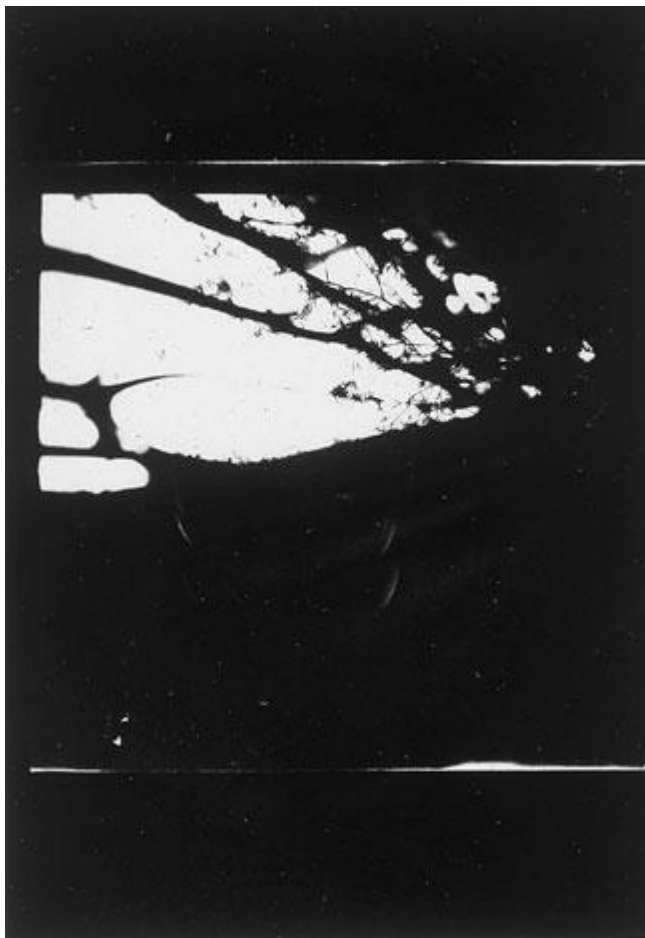


Abb. 17: Der Himmel über Birkenwald.
Eine weitere Fotografie des Sonderkommandos in Auschwitz – aus Didi-Huberman 2007, S. 31, Abb. 6

Muss auf einem Bild immer der volle Terror zu sehen sein? Oder reicht zur Abwechslung einmal ein Abstrakt, das die Möglichkeit zum Nachdenken lässt? An diesem Punkt kommt dem Erklärungsbedarf des Bildes wieder eine entscheidende Rolle zu. Niemand, der nicht die Hintergrundgeschichte der Entstehung dieser Bilder weiß, niemand, der nicht um die Situation der Autoren informiert ist, kann mit diesem Bild etwas anfangen. An diesem Bild kann man nichts hinzufügen oder wegnehmen, um den Informationsgehalt zu erhöhen. Es sei denn, mit Worten. Man müsste dieses Bild erklären, um es angemessen publizieren zu können. Und ich denke, dass dieses "Unbrauchbar", als das dieses Bild von Medien wahrscheinlich benannt wird, nicht aus Herabsetzung geschieht. Hier wäre es schlicht und ergreifend ein Eingeständnis der Inkompetenz der Medien selbst, dieses Bild angemessen und situationsgetreu zu publizieren.

Das Bild als Wahrheit – das Bild als Beweis

Um nun von der groben Aufteilung der Aufgaben des Journalismus und der Zielsetzung dessen Abstand zu gewinnen, soll in weiterer Folge auf die Funktion des Bildes an sich eingegangen werden.

Was ist ein Bild für den Menschen? Was machen wir mit Bildern? Bilder gehören zu Menschen, wie auch umgekehrt. Alleine die menschliche Sprache, die uns anderer Organismen gegenüber erhabener macht, entsteht aus Bildern. Aus Ideen in Köpfen, die als Bilder vor dem inneren Auge erscheinen und danach trachten, sie in die Außenwelt zu tragen. Es wird versucht, diese Bilder durch Sprache zu objektivieren, um anderen einen Zugang zur subjektiven Wahrnehmung zu gewähren. In jedem Bereich des Lebens macht ein Mensch sich ein Bild über etwas. Beim Lesen eines Buches werden geschriebene Zeilen in Bilder umgewandelt. Bilder, die niemand anderer sehen kann. Georges Didi-Huberman hat dies so gefasst:

" Wo das Wort zu scheitern droht, stellt sich häufig ein Bild ein; wo die Einbildungskraft zu scheitern droht, stellt sich häufig ein Wort ein." (Didi-Huberman 2007, S. 46)

Legt man dies nun auf die Berichterstattung über den Nationalsozialismus um, kommt man zu folgendem Schluss: Diese Bilder erklären das, was erzählt wird. Sie vermitteln einen Teil der Realität und stellen somit die Bilder, die in den Köpfen der Menschen vorherrschen, richtig. Vorstellungen entsprechen nie wirklich dem, wie es in der Realität vorhanden ist beziehungsweise war. Diese Bilder, die schlicht und ergreifend ein (zugeschnittener) Teil der Wirklichkeit sind, vermitteln das, was der Mensch sich selbst nicht mehr aneignen kann. Einen Teil der Erfahrung - der schmerzvollen Erfahrung - die die Menschen, die damals tatsächlich vor Ort waren, wirklich mitgenommen haben. Diese Bilder spiegeln doch die "Wahrheit" wieder. Sie spiegeln das, was wirklich passiert ist wieder. Und wichtiger noch: Die Bekanntmachung der Bilder beugt einer falschen Vorstellung des Holocaust vor. Nichts wird gemildert, nichts wird beschönigt. Die Bilder zeigen einfach nur das, was wirklich geschehen ist. Die unretuschierte Grausamkeit, die Kälte, die Unmenschlichkeit. Natürlich zeigen diese Bilder nie das Ganze. Niemand, der nicht wirklich vor Ort gewesen ist, wird jemals so über das Ganze Bescheid wissen, wie jemand, der erlebt oder überlebt hat. Allerdings kann man diesen Bildern ihre Wahrheit nicht absprechen. Zumindest den Teil der ganzen Wahrheit. Dieser Meinung ist auch Georges Didi-Huberman:

"Wie ungenau das Bild der Hölle auch sein mag, der Wahrheit von Auschwitz gehört es dennoch an." (Didi-Huberman 2007, S. 72)

Und wenn Huberman vom "Unvorstellbaren" spricht, wenn es um den Holocaust geht, so ist ihm recht zu geben. Und genau deshalb müssen Bilder wie diese gezeigt werden. Eben dass dieses Grauen vorstellbar wird, eben darum, dass Menschen annähernd eine Ahnung davon bekommen, worüber hier wirklich gesprochen wird. Genau deshalb haben diese Bilder Berechtigung gezeigt zu werden. Die Frage der „Wahrheit“ der Bilder wäre nun soweit geklärt. Nun - wie sieht es mit der Beweisfähigkeit aus? Müssen Bilder beweisen? Es kann angenommen werden, dass Bilder tatsächlich eine Beweisfunktion innerhalb der (Medien-)Gesellschaft übernehmen. Der Mensch glaubt etwas oft erst, wenn es in Bildern wahrgenommen werden kann. Warum ist der Glaube an Gott so schwierig und ein so holpriger Weg? Weshalb verlieren Menschen in schwierigen Situationen den Glauben? Weil Gott nicht beweisbar ist - weil es kein Bild oder Abbild von ihm gibt, das beweist, dass es Gott wirklich gibt.

Der Mensch ist hier auf seine Vorstellungskraft angewiesen – allerdings ist das Vertrauen in diese Vorstellungskraft nicht groß genug. Legt man dies nun auf die Bilder des Holocaust um, kommen zwei Aspekte ins Spiel. In erster Linie reicht - um sich den Nationalsozialismus vorstellen zu können - die Vorstellungskraft nicht aus. Sie kann es nicht. Genauso, wie sie es beim Thema Glauben oft nicht tut. Menschen glauben und verstehen, wenn „reale“ Bilder vorhanden sind - so schrecklich sie auch sein mögen. Somit beweisen sie, dass die Vorstellung niemals an das herangekommen wäre, was wirklich passiert ist.

Der zweite Aspekt wäre hier die nähere Betrachtung der Absicht der Autoren dieser Bilder. Wollten sie nicht einen Beweis dafür liefern, was sie durchmachen? Ja. Möglicherweise ist es eine Art von Rechtfertigung, eine Art von Darlegung, um zu zeigen, dass das, was ewig verschwiegen wird beziehungsweise wurde, in die Öffentlichkeit getragen werden muss. In Sprache gefasste Erzählungen sind jeweils mit den subjektiven Erinnerungen, Erlebnissen und Gefühlen der Erzählenden selbst gekoppelt. Das Bild ermöglicht hier eine objektive Anschauung. Natürlich muss bedacht werden, dass auch der Autor des Bildes eine bestimmte Botschaft in die Welt senden wollte. Aber Bilder liefern eine objektivere Basis, weil Vorstellungen nicht eingepflegt werden, sondern die Voraussetzungen für eigene Vorstellungen bei jedem Betrachter dieselben sind. Denn: wenn man sich ein Bild selbst ansehen kann, selbst sehen, was vorgefallen war, und nicht nur der Hoffnung vertrauen muss, dass der Erzählende die Wahrheit wiedergibt, wurde ein Beweis geschaffen. Ein anderer Punkt ist hier, dass diese Bilder nicht angetastet werden können. Sie können nicht als falsch titulierte werden, sie können nicht als unwahr abgestempelt werden. Denn sie existieren. Und sie zeigen - wenn auch nur ausschnittsweise - das, was damals passierte.

Der Mensch auf dem Bild

Hier möchte ich ganz schlicht mit einem Zitat aus Stefan Leifers Artikel beginnen – er betrachtet die Bildberichterstattung (hier auf Themen neueren Datums wie Bürgerkriege und Terroranschläge bezogen) folgendermaßen:

"Da ist auf der einen Seite die Aufgabe, über einen Terroranschlag bisher unbekannten Ausmaßes zu berichten und über das unvorstellbare Leid, das er mit

sich bringt; auf der anderen Seite das Recht eines Menschen, nicht im Moment seines Sterbens bzw. seiner unendlichen Verzweiflung von einer Kamera festgehalten und der Weltöffentlichkeit vorgeführt zu werden. Da ist ein blutiger und ferner Bürgerkrieg, dessen sinnloses Gemetzel medial kaum noch zu vermitteln ist; auf der anderen Seite das Recht eines Toten und seiner Angehörigen auf Intimität, Diskretion und Würde. Ob derlei Bilder unbedingt nötig sind, um die Dimension eines Schreckensereignisses abzubilden, ist eine legitime Frage, aber eine theoretische. Denn in der Praxis (der medialen Selbstkontrolle) stellt sich die Beweislast umgekehrt dar: Zu rechtfertigen ist nicht die Veröffentlichung, sondern die Nichtveröffentlichung eines Bildes." (Leifert 2008)

Dies kann nun wie folgt verstanden werden:

Es muss keine Rechtfertigung geben, solcherlei Schreckensbilder - irrelevant ob aus Zeiten des Holocaust oder aus dem Terror zur jetzigen Zeit - zu publizieren.

Natürlich erleben Menschen auf diesen Bildern oft Schreckliches - beziehungsweise haben dies erlebt. Allerdings berichtet man nicht über ein Einzelschicksal - somit bleiben Persönlichkeit und Intimität in gewisser Weise gewahrt. Solche Ereignisse bestehen aus einer Vielzahl von Einzelschicksalen, die gemeinsam ein einziges grausames Szenario bilden, über die es zu berichten gilt. Auf der anderen Seite, um gezielt auf den Holocaust noch einmal einzugehen, sagt die Geschichte dieser vier Bilder vom Sonderkommando in Auschwitz ja aus, dass der letzte Wille, den diese Menschen in sich trugen jener war, die Welt über die Schrecken in Kenntnis zu setzen.

Es mag hier Unterschiede in den Meinungen geben - natürlich. Die Tatsache, dass die abgebildeten Personen wohl sehr wahrscheinlich nicht gefragt wurden, ob sie denn auf diesem Bild zu sehen sein möchten oder die Erlaubnis Angehöriger, diese Bilder zu publizieren nicht eingeholt wurde oder werden konnte, da die Bilder jede Identifikation mit den Opfern schier unmöglich machen, da nur Umrisse darauf zu sehen sind.

Doch gehört es nicht auch zur Würde eines Menschen, ihn in Erinnerung zu behalten? Dem, was er erlebt hat zu gedenken? Nicht zu vergessen? Es sei hier für die letztere Auslegungsart plädiert - zumindest aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. Die Aufgaben des Journalismus und der Berichterstattung sind klar dargelegt und aus der zweiten Sicht wird die Pflicht zur Beachtung der Menschenwürde hier sogar erfüllt.

6. Zusammenfassung & Fazit

Bilder und Emotionen hängen zusammen. Dies sollte vor allem das letzte Kapitel über Medienethik gezeigt haben. Emotionen, Gefühle, Stimmungen dienen der Kommunikation. Wie bereits im gesamten Verlauf der Arbeit dargestellt, funktioniert Kommunikation nicht nur auf Basis der menschlichen Sprache. Sehr überspitzt ausgedrückt und auf die ersten Kapitel dieser Arbeit verweisend ließe sich sogar sagen, dass die bildliche Vorstellung im Inneren der Sprache vorausgeht. Und eben diese Nähe zwischen Bild und dem menschlichen Inneren rechtfertigt die kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung mit der Fotografie. Es wurde dargelegt, dass die Geschichte der Fotografie jener des Buchdrucks um nichts nachsteht – nicht nur das Buch verhalf dazu, Informationen einer großen Anzahl von Personen zugänglich zu machen. In Kombination mit den heute vorherrschenden technischen Möglichkeiten kann hinsichtlich der Informationsverbreitung mittels Fotografie sogar folgende Aussage gewagt werden: Bilder schaffen Augenzeugen, das Buch nicht. Obgleich auch beide „Medien“ lange Zeiten überdauern und Erinnerungen, Gedanken, Vorstellungen und vieles mehr bis weit in die Zukunft tragen, hat das Bild einen Vorteil: es gibt keine Sprachbarriere.

Es wurde versucht, die Fotografie innerhalb dieser Arbeit unterschiedlichen Kategorien zuzuordnen. Die – zugegeben sehr grobe – Aufteilung in „Informationsfotografie“ und „Kunstfotografie“ erfüllt dabei zwei Funktionen: einerseits wird durch diese Kategorisierung bereits ein erster Schritt in jene Richtung gemacht, dass ein Bild ganz anders gesehen werden kann als das andere. Je nachdem, welchen Zweck es zu erfüllen hat. Die Kunst ist (bis auf wenige Ausnahmen) nahezu unantastbar. Dennoch spielt auch dieser Bereich der Fotografie mit in die Kommunikationswissenschaft ein – als Beispiele seien hier (auch wenn sie nicht als Fotografie, sondern als Bild an sich in Erscheinung treten) Karikaturen genannt. Aber die für die Kommunikationswissenschaft wesentlich relevantere „Informationsfotografie“ bzw. deren Produkt – das informative Bild – wie es in den kommunikationswissenschaftlich relevanten Disziplinen wie Werbung, PR, Presse und dergleichen hauptsächlich verwendet wird, kann und soll durchaus kritisch und auf übergeordneter Ebene betrachtet werden, um so zu gewährleisten, dass auch alle Facetten visueller Kommunikation ausreichend mitge-

dacht werden. Vor allem die Informationsfotografie ist es, die die Malerei (zumindest teilweise) abgelöst hat. Wurden früher Bilder ihrer Informationen wegen gemalt, werden heute Fotografien angefertigt. Wie bereits angesprochen – auf die Kunstfotografie trifft diese Tatsache nicht zu. Hier wurde die Fotografie als zusätzlicher Teilaspekt der Kunst zugefügt, ohne die künstlerische Malerei an sich zu verdrängen.

Bilder haben Macht – nicht zuletzt, weil sie den Menschen oft unbewusst tangieren. Erst, wenn man sich dieser Macht bewusst ist, kann ein für die heutige (digitale) Zeit einwandfreier Umgang mit Fotografie und ihrer Wirkung gewährleistet sein. Wenn man bedenkt, wie viele Menschen seit Erfindung von internetfähigen Fotoapparaten (der Schwerpunkt liegt hier wohl auf den neuesten Modellen der Mobiltelefone) und/oder sozialen Netzwerken mit Fotografien und der Fotografie selbst in Berührung kommen, sollte dieses Wissen um die Macht der Bilder nicht nur jenen vorbehalten sein, die sich beruflich oder aus privatem Interesse mit dieser Thematik auseinandersetzen. In der heutigen Zeit muss das Wissen um das Bild im Hinblick auf die Medienkompetenz mitgedacht werden. Und es gilt, eine medienkompetente Person bereits im Schulalter mit derartigen Fragestellungen zu konfrontieren. Denn: wie soeben erwähnt, ist es lange nicht mehr nur der Reporter, der Fotograf oder der Zeitungsmacher, der sich mit Fotografie (wie sie für die Kommunikationswissenschaft relevant ist) auseinandersetzt. Entsprechend muss eine gewisse Bildkompetenz – oder mit den Worten von Lothar Mikos (mit Verweis auf den Beginn dieser Arbeit) „visuelle Kompetenz“ – für all jene Berufsfelder, die mit Massenkommunikation arbeiten, als Pflicht gesehen werden. Die allgemeine Medienkompetenzbildung – vor allem hinsichtlich der Nutzung des Internets und im Hinblick auf die vorliegende Arbeit in Kombination mit der Verwendung von Bildmaterial im Netz schreitet voran – ist allerdings – umgangssprachlich gesprochen – noch in den „Kinderschuhen“. Hier besteht noch eine weite Kluft – eine Wissenskluft - zwischen der vorherrschenden Verwendung der digitalen Technik und dem Wissen um die Folgen dieser Verwendung. Der medienethische Diskurs ist hierbei weiter vorangeschritten, seitdem bekannt ist, wie leicht (vor allem seit der Popularisierung sozialer Netzwerke) sensible Daten von Personen nach außen gelangen. So auch Bilder. Nachrichtensendungen berichten beispielsweise über die Verwendung von Bildmaterial auf privaten Social-Media-Plattformen von Unfallopfern. Informationen wie diese erreichen den privaten Rezipi-

enten und machen ihm klar, wie schnell auch er betroffen sein könnte. Dies wirft natürlich Fragen auf – immer öfter und immer intensiver. Und das ist gut so. Denn dieser Effekt hat zwei Vorteile: die medienethische Diskussion hinsichtlich des Missbrauchs von Bildmaterial gelangt bis tief in die unterschiedlichen Schichten der Gesellschaft. Und das Verständnis für die Notwendigkeit von Medienbildung hinsichtlich einer allgemeinen Medienkompetenz wächst. Nicht zuletzt, wenn es um die Vorbereitung auf die Verwendung von digitalen Medien von Kindern geht.

In Bezug auf die Medienkompetenz bzw. Bildkompetenz von Rezipienten soll hier nochmals kurz auf die Thematik der Bildbearbeitung eingegangen werden. Die Arbeit hat gezeigt, wie schmal der Grat zwischen Bildbearbeitung und Bildmanipulation ist. Noch schwerwiegender sind die Folgen einer möglichen Bildmanipulation, wenn man die Macht von Bildern bedenkt. Ein wesentlicher Fokus wurde innerhalb der vorliegenden Arbeit auf die Verbreitung des gängigen Schönheitsideals mittels Bildmaterial gelegt. Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass „gut gemachte“ – im Sinne von professionellen – Manipulationen für jedermann erkennbar sind. Das ist gar nicht im Bereich des Möglichen, da die Technik so ausgereift und eben darauf ausgelegt ist, eine Manipulation bzw. Veränderung nicht mit bloßem Auge erkennen zu können. Aber es sei hier für ein Grundwissen plädiert, das es möglich macht, dass auch Laien eine gewisse Vorstellung von Bearbeitungsmöglichkeiten haben und sich selbst ein Bild über die Wahrheit (in Form von Wirklichkeit) eines Bildes machen können. Im Hinblick auf das menschliche Schönheitsideal würde ein Hauch von Zweifel gegenüber Fotografien von perfekt proportionierten Damen und Herren in der Massenkommunikation schon genügen, um ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass in der heutigen Zeit nicht mehr alles geglaubt werden kann – oder besser soll – was man sieht. Denn: auch, wenn Bilder als Beweise für etwas gesehen werden, führt oftmals jener Weg zum Ziel, der sich nicht der Masse beugt. In diesem Fall wäre es der Zweifel, der eine gesündere Lebenshaltung beschert.

Zweck dieser in diesem letzten Kapitel erwähnten Annahmen und Aussagen ist es nicht, zu sagen, dass die Fotografie aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht keine Vorteile mit sich bringt. Ganz im Gegenteil. Gerade diese mit kritischem Blick zu beäugenden Tatsachen liefern jede Menge Gründe für die Kommunikationswissen-

schaft, sich mit der Thematik der Fotografie näher zu beschäftigen und sie genauer zu beleuchten. Diese Aussagen sind es, die diese Arbeit rechtfertigen und dazu aufrütteln, die Fotografie nicht lediglich als einen Teil anderer Disziplinen zu betrachten, sondern auch innerhalb der eigenen Forschung weiter aufzuarbeiten.

Quellenverzeichnis

Angeli, Susanne / Kundler, Wolfgang (2011): Der Online-Shop: Handbuch für Existenzgründer. Markt + Technik Verlag, München.

Ansorge, Ulrich / Leder, Helmut (2011): Wahrnehmung und Aufmerksamkeit. VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien GmbH, Wiesbaden.

Arndt, Henrik (2006): Integrierte Informationsarchitektur. Die erfolgreiche Konzeption professioneller Websites. Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.

Bartel, Stefanie (2003): Farben im Webdesign. Symbolik, Farbpsychologie, Gestaltung. Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.

Baumgarth, Carsten (2008): Markenpolitik. Markenwirkungen – Markenführung – Markencontrolling. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.

Bellebaum, Christian / Thoma, Patrizia / Daum, Irene (2012): Neuropsychologie. VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Blacklow, Laura (2007): New Dimensions in Photo Processes. A Step by Step Manual for Alternative Techniques. 4th Edition. Focal Press / Elsevier Inc., Burlington (US)/Oxford (UK)

Böhringer, Joachim / Bühler, Peter / Schlaich, Patrick (2006): Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien. Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.

Böhringer, Joachim / Bühler, Peter / Schlaich, Patrick (2008): Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien. 4. überarbeitete und erweiterte Auflage. Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.

Bolton, Richard (1989): The Contest of Meaning. Critical Histories of Photography. Institute of Technology, Massachusetts.

Bradt, Beate (2000): Ästhetische Erfahrung bei Kant und Clean. In: Franke, Ursula (2000): Kants Schlüssel zur Kritik des Geschmacks: ästhetische Erfahrung heute – Studien zur Aktualität von Kants „Kritik der Urteilskraft“, Felix Meiner Verlag, Hamburg.

Brass, Arnold (1906): Untersuchungen über das Licht und die Farben. 1. Teil. Verlag von A. W. Zickfeldt, Osterwieck/Harz.

Braun, Hans-Joachim (2005): Die hunderteins wichtigsten Erfindungen der Weltgeschichte. C.H. Beck oHG, München.

Büttner, Frank / Gottdang, Andrea (2006): Einführung in die Ikonographie. Wege zur Deutung von Bildinhalten. Verlag C.H. Beck oHG, München.

Büttner, Stefan (2006): Antike Ästhetik. Eine Einführung in die Prinzipien des Schönen. C.H. Beck oHG, München.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. 4. Auflage. Böhlau Verlag, Wien/Köln/Weimar.

Coe, Brian (1983): Foto Genies. Die besten Fotografen und wie sie ihre Meisterwerke schufen. Habegger-Verlag

Courtland, Bryan (2001): Das große National Geographic Buch. Ein Jahrhundert Abenteuer und Entdeckungen. National Geographics.

Crimp, Douglas (1989): The Museum's Old / The Library's New Subject. In: Bolton, Richard (1989): The Contest of Meaning. Critical Histories of Photography. Institute of Technology, Massachusetts. S. 3-11.

Crow, David (2012): Zeichen. Eine Einführung in die Semiotik für Grafikdesigner. Stiebner Verlag GmbH, München.

De Haan, Gerhard / Brückler, Tobias (2009): Der Konstruktivismus als Grundlage für die Pädagogik. Berliner Beiträge zur Pädagogik: Band 7. Peter Lang GmbH Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt.

De Man, Dré (2011): Nikon Professional-DSLR. Fotografieren auf Profi-Niveau. Addison-Wesley Verlag, München.

Didi-Huberman, Georges (2007): Bilder trotz allem. Wilhelm Fink Verlag, München.

Drentwett, Christine (2009): Vom Nachrichtenvermittler zum Nachrichtenthema. Metaberichterstattung bei Medienereignissen. VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.

Esen, Jaqueline (2010): Der große Fotokurs. Besser fotografieren lernen. Galileo Design, o.O.

Freeman, Michael (2007): Der Fotografische Blick. Bildkomposition und Gestaltung. Markt + Technik Verlag, München.

Freeman, Michael (2009): Alles über Digitalfotografie. Evergreen GmbH Köln.

Freeman, Michael (2010): Schwarz-Weiß-Fotografie. Ihr Weg zu überzeugenden Bildern. Markt + Technik Verlag, München.

Fricke, Christel / Schütt, Hans-Peter (2005): Adam Smith als Moralphilosoph. Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, Berlin.

Geise, Stephanie (2011): Vision that matters. Die Funktions- und Wirkungslogik Visueller Politischer Kommunikation am Beispiel des Wahlplakats. VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Gernsheim, Helmut (1983): Geschichte der Photographie. Die ersten hundert Jahre. (aus dem Englischen übersetzt von Matthias Fienbork). Propyläen-Verlag, Frankfurt/Berlin/Wien.

Gernsheim, Helmut (1986): A Concise History of Photography. Third Revised Edition. General Publishing Company, Ltd. Don Mills, Toronto, Ontario.

Grewendorf, Günther (1999): Das funktionalistische Paradox. Zum Problem funktionaler Erklärungen in der Linguistik. In: Viegand, Herbert Ernst (1999): Sprache und Sprachen in den Wissenschaften. Geschichte und Gegenwart. Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, Berlin.

Gruber, Thomas (2011): Gedächtnis. VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Haarmann, Harald (2005): Schwarz: eine kleine Kulturgeschichte. Peter Lang GmbH, Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt.

Hammer, Norbert (2008): Mediendesign für Studium und Beruf. Grundwissen und Entwurfssystematik in Layout, Typographie und Farbgestaltung. Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.

Hartmann-Kotte, Lotte (2012): Gestalttherapie – Lehrbuch. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.

Hausjell, Friedrich / Schwarzenegger, Christian (2005): Bilder, Banalität und Tiefkühlkost. Die Glaubwürdigkeit des Fernsehens ist trotz vieler Manipulationen überraschend hoch. Serie „50 Jahre Fernsehen“, 2. Teil. In: Kurier, 9. August 2005, S. 26

Häußler, Franz (2004): Fotografie in Augsburg 1839 bis 1900. Wißner-Verlag.

Heller, Eva (2004): Wie Farben wirken: Farbpsychologie. Farbsymbolik. Kreative Farbgestaltung. Rororo Rowohlt Taschenbuch, Reinbek bei Hamburg.

Heinel, Christoph / Sack, Harald (2004): WWW. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg.

Hessler, J. F. / Pisko, Fr. Jos. (1866): Lehrbuch der technischen Physik 2, Daguerreotypie. S. 1046.

Hildebrandt, Berit / Veit, Caroline (Hrsg.) (2009): Der Wert der Dinge. Güter im Prestigediskurs. Herbert Utz Verlag GmbH, München.

Höfer, Katrin (2006): Fotokurs für Ein- und Aufsteiger. Humboldt-Verlag.

Intemann, Frauke (2002): KHD. Kommunikation – Hypertext – Design. Eine Untersuchung zur Struktur und Optimierung hypermedialer Lernumgebungen. Waxmann Verlag GmbH, Münster.

Isermann, Holger / Kneiper, Thomas (2010): Bildethik. In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.) (2010): Handbuch Medienethik. VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden. S. 304-317.

Jacobi, Corinna / Paul, Thomas / Thiel, Andreas (2004): Essstörungen. Hogrefe-Verlag GmbH & Co. KG, Göttingen, Bern, Toronto, Seattle, Oxford, Prag.

Jaklitsch, Walter (2004): Handbuch der Laufbildfotografie. Springer-Verlag, Wien.

Jaksch, Danny (2011): 9/11 Fiktive Realität. Authentizität und Manipulation im dokumentarischen Film. Diplomica Verlag GmbH, Hamburg.

Jung, Karl Otto (1998): Farben-Sehen. Zum künstlerischen Gebrauch von Farben. Galda + Wilch Verlag, Berlin.

Keil, Inge (2000): Augustanus Opticus. Johann Wiesel (1583-1662) und 200 Jahre optisches Handwerk. Akademie Verlag GmbH, Berlin.

Kindermann, Klaus (2008): Fotografieren für Fortgeschrittene. Foto-, Licht- und Aufnahmetechnik optimal einsetzen. Franzis Verlag GmbH, Poing.

Kroeber-Riel, Werner (1996): Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung. Franz Vahlen Verlag, München.

Kroeber-Riel, Werner/Weinberg, Peter/Gröppel-Klein, Andrea (2009): Konsumentenverhalten. Vahlen, Stuttgart.

Kroemer, Roland (2004): Ein endloser Knoten?: Robert Musils Verwirrungen des Zöglings Törless im Spiegel soziologischer, psychoanalytischer und philosophischer Diskurse. Wilhelm Fink Verlag, München.

Kloock, Daniela (1995): Von der Schrift zur Bild(schirm)kultur: Analyse aktueller Medientheorien. Spiess, Berlin.

Leifert, Stefan (2008): Zeigen oder nicht zeigen. Über die Grenze zwischen Information und Sensationalismus. In: tv diskurs, Heft 46, 12. Jahrgang, 4/2008

Leimbacher, Mario (2013): Ikonik. Das Bild als Möglichkeit. epubli GmbH, Berlin.

Liesern, Kerstin / Kränicke Jörn (2011): Professionelles Texten für die PR-Arbeit. VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Lillie, Jonathan (2011): Nokia's MMS: A cultural analysis of mobile picture messaging. In: New Media & Society, Heft 14 vom 07.07.2011, S. 80-97.

Lobinger, Katharina (2012): Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft. Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Lüttenberg, Beate / Ferrari, Arianna / Ach, Johanna S. (Hrsg.) (2011): Im Dienste der Schönheit? Interdisziplinäre Perspektiven auf die Ästhetische Chirurgie. LIT Verlag Dr. W. Hopf, Berlin.

Mayer, Ulrich / Pandel, Hans-Jürgen / Schneider, Gerhard (Hrsg.) (2009): Wörterbuch Geschichtsdidaktik. 2. Auflage. Wochenschau-Verlag, Schwabach.

Mohr, Peter (2011): Optische Rhetorik. Visualisierungen und Medien in Präsentationen wirkungsvoll einsetzen. Band 3 aus Erfolgreich vortragen und präsentieren. Books on Demand, Norderstedt.

Moos, Alfred (2008): XQuery und SQL/XML in DB2-Datenbanken. Verwaltung und Erzeugung von XML-Dokumenten in DB2. Vieweg + Teubner / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.

Neue Münchner Zeitung (1851): Daguerre. (Nachruf). 18. August 1851, S. 1559-1556.

Neuhausen, Benedikta (2008): Jugend und Medien. In: Rendtorff, Barbara / Burckhart Svenia (Hrsg.) (2008): Schule, Jugend und Gesellschaft. Ein Studienbuch zur Pädagogik der Sekundarstufe. Kohlhammer GmbH, Stuttgart.

Panofsky, Erwin (2002): Sinn und Deutung in der bildenden Kunst. Dumont, Köln.

Panofsky, Erwin (2006): Ikonographie und Ikonologie. Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell. Dumont, Köln.

Peithmann, Heidrun (2011): Ausdrucksstarke Landschafts- und Makrofotos. Books on Demand GmbH, Norderstedt.

Pilarczyk, Ulrike / Mietzner, Ulrike (2005): Das reflektierte Bild. Die seriell-ikonografische Fotoanalyse in den Erziehungs- und Sozialwissenschaften. Klinkhardt, o.O.

Pöltner, Günther (2008): Philosophische Ästhetik. Grundkurs Philosophie: Band 16. W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart.

Probert, Ian / Huggins, Barry (2004): Digital fotografieren / Surreal: Step by Step. Markt + Technik Verlag, München.

Reichenhardt, Hans (2006): Was ist Was? Band 3: Fotografie. Tessloff Verlag, Nürnberg.

Rössler, Patrick / Meckel, Miriam (2003): Der diskrete Charme des Voyeurismus. Paparazzi und die Bildberichterstattung über den Tod von Prinzessin Diana. In: Publizistik. Vierteljahresshefte für Kommunikationsforschung. Sonderheft 4/2003, 48. Jahrgang. Westdeutscher Verlag, Langenbucher, Wien. S 358-375.

Sachsse, Rolf / Wagner, Hartmut (2012): Die Macht der Bilder oder Everybody's gonna be a Star for 15/10 of a Second. In: DuD – Datenschutz und Datensicherheit. Heft 5, 2012. Springer Gabler Verlag / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden. S. 350-353.

Schedler, Erika (2013): Gewinne aus der Arbeit mit Menschen mit Behinderung. Entfaltung besonderer Fähigkeiten durch die Arbeitspraxis. Diplomica Verlag, Hamburg.

Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.) (2010): Handbuch Medienethik. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Schmidt, Stefan (2009): Hermeneutik der Bilder. In: Schmidt, Stefan / Oakley, John H. (2009): Hermeneutik der Bilder – Beiträge zu Ikonographie und Interpretation griechischer Vasenmalerei. Beihefte zum Corpus Vasorum Antiquorum, Deutschland. Verlag C.H. Beck oHG, München. S. 9-14.

Schnelle-Schneyder, Marlene (2011): Sehen und Photography. Ästhetik und Bild. Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.

Scholz, Martin / Helmbold, Ute (2005): Bilder lesen lernen – Wie werden Bilder rezipiert? In : Sachs-Hombach, Klaus / Rehkämper, Klaus (Hrsg.): Bildwissenschaft. DUV-Verlag.

Schug, Wolfgang (2012): Grundmuster visueller Kultur. Bildanalysen zur Ikonographie des Schmerzes. VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien GmbH, Wiesbaden.

Schulz, Martin (2005): Die Ordnungen der Bilder. Eine Einführung in die Bildwissenschaft. Wilhelm Fink Verlag, München.

Schweppenhäuser, Gerhard (2007): Ästhetik. Philosophische Grundlagen und Schlüsselbegriffe. Campus Verlag, Frankfurt.

Sottong, Hermann J. / Müller, Michael (1998): Zwischen Sender und Empfänger. Eine Einführung in die Semiotik der Kommunikationsgesellschaft. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin.

Sczepek, Jörg (2011): Visuelle Wahrnehmung. Eine Einführung in die Konzepte. Bildentstehung, Helligkeit + Farbe, Raumtiefe, Größe, Kontrast und Schärfe. Books on Demand GmbH, Norderstedt.

Völcker, Diethelm (1998): Physik. Teil 2: Optik, Magnetismus, Elektrizität, Atomphysik. Mentor Verlag GmbH, München.

Von Niederhäusern, Edward (2010): Lichtgestaltung in der Fotografie. Licht und Beleuchtung optimal einsetzen. Mitp / Verlagsgruppe Hürthig Jehle Rehm GmbH, Heidelberg/München/Landsberg/Frechen/Hamburg.

Weber, Stefan (2002): Was heißt „Medien konstruieren Wirklichkeit“? Von einem ontologischen zu einem empirischen Verständnis von Konstruktion. In: Medien Impulse. 11. Jahrgang, Heft 40, Juni 2002: Medien und Wirklichkeitskonstruktionen. Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur.

Westmeyer, Hans / Weber, Hannelore (2011): Der Mensch als konstruierendes Wesen. In: Pörksen, Bernhard (Hrsg.) (2011): Schlüsselwerke des Konstruktivismus. VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden. S. 78-91

Westphalen, Christian (2010): Die große Fotoschule. Digitale Fotopraxis. Galileo Design, o.O.

Wolfschmidt, Gudrun (2011): Farben in Kulturgeschichte und Naturwissenschaft. Nuncius Hamburgensis - Beiträge zur Geschichte der Naturwissenschaften, Band 18. Tredition GmbH, Hamburg.

Onlinequellen

Basler Zeitung (2010): ... vor 149 Jahren: Das erste Farbfoto erstaunt die Welt. In: <http://bazonline.ch/wissen/geschichte/vor-149-Jahren-Das-erste-Farbfoto-erstaunt-die-Welt/story/16922088> vom 17.05.2010. [01.01.2014]

Boeres, Yvan (2002): Wie alles begann. Die Geschichte der Digitalfotografie (Teil 1). In: www.digitalkamera.de – MediaNord eK, Lübek. Herausgeber: Jan-Markus Rupprecht. 24.12.2002. [01.01.2014]

Duden Online zur Ästhetik: 7. Vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage In: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Aesthetik> [01.01.2014]

Duden Online zur Fotografie: 7. Vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage In: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Fotografie> [01.01.2014]

Duden Online zu hässlich: 7. Vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage In: <http://www.duden.de/rechtschreibung/haesslich> [01.01.2014]

Duden Online zur Sympathie: 7. Vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage In: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Sympathie> [01.01.2014]

Eisler, Rudolf (1904): Wörterbuch der philosophischen Begriffe. In: Peter Kietzmann – www.textlog.de: Historische Texte & Wörterbücher. <http://www.textlog.de/4201.html> [01.01.2014]

Fotocommunity Deutschland: www.fotocommunity.de

Mikos, Lothar (2000): Ästhetische Erfahrung und visuelle Kompetenz: Zur Erweiterung der diskursiven Medienkompetenz um präsentative Elemente. In: MedienPädagogik, 17.03.2000. www.medienpaed.com

Ott, Gerhard (o.J.): Goethes Farbenkreis als Wahrbild der Wirksamkeit des Farbigen in der Natur. In : http://www.farben-welten.de/fileadmin/text/Gerhard_Ott-Goethes_Farbenkreis_als_Wahrbild_der_Wirksamkeit_des_Farbigen_in_der_Natur_1978.pdf [01.01.2014]

Zihl, J. (2009): Zentrale Störungen der visuellen Wahrnehmung bei Kindern. In: http://www.llhs.eduhi.at/uploads/media/Skriptum_Zihl.pdf , Universität München, Department Psychologie, Neuropsychologie, Max-Planck-Institut für Psychiatrie, München, AG Neuropsychologie. [01.01.2014]

Abstract

Versucht man, die Fotografie einer wissenschaftlichen Disziplin zuzuordnen, sind meist die offensichtlichsten Antworten die naheliegendsten: Kunst, Philosophie, mit wachsender Digitalisierung auch immer mehr die Psychologie. Innerhalb der Kommunikationswissenschaft wird die Fotografie oftmals reduziert auf die Inhaltsebene der massenmedialen Kommunikation, auf die Vermittlung von Informationen außerhalb des geschriebenen Wortes. Was allerdings Fotograf und Bild über die Vermittlung von Informationen für die Kommunikationswissenschaft hinaus leisten, wird entweder auf andere Disziplinen abgewälzt oder aber als evidentes Wissen erachtet.

Die Kommunikationswissenschaft versteht sich als interdisziplinäre Wissenschaft. Entsprechend ist es zwingend erforderlich, auch jene sehr speziellen Bereiche – wie etwa die bereits genannten Inhaltsfragen in der massenmedialen Kommunikation – auch übergeordnet auf theoretischer Ebene zu betrachten - natürlich unter Einbeziehung der stets postulierten anderen Disziplinen, welche die Kommunikationswissenschaft tangieren.

Diese Arbeit soll als geistige Durchdringung des Bereiches der Fotografie in Verbindung zur Kommunikationswissenschaft verstanden werden. Sie ist hinsichtlich der Fotografie im Allgemeinen, jedenfalls aber im Hinblick speziell auf Fotograf und Bild für eine kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung mit allen Facetten der visuellen Kommunikation relevant. Die Themengebiete reichen von den Anfängen der Fotografie im 19. Jahrhundert bis hin zur heutigen modernen Bildbearbeitung und soll als Grundlage für jegliche kommunikationswissenschaftliche Forschung im weitest gefassten Bereich des Visuellen dienen.

Abstract (english)

The attempt of assigning photography to an academic field tends to come up with the obvious results – arts, philosophy, and due to increasing digitalization also psychology.

Within communication studies photography is being more and more reduced to the field of mass media communication, i.e. information brokerage beyond the written word.

The photographer's and the picture's contribution to communication science beyond conveying information is either being shifted to other academic fields or regarded as evident knowledge. Communication science is seen as an interdisciplinary science. It's therefore necessary to consider specific fields - like content related mass media communication - on a superordinate theoretical level. Of course we need to enlist all the other postulated fields which affect communication science.

This paper is meant to clarify that area of photography relating to communication science, which seems relevant to photography in general and to all aspects of visual communication, focusing specifically on the photographer and the picture.

The topic extends from the beginnings of photography in the 19th century to contemporary digital image processing and aims to establish a basis for research in communication science concerning the visual in the broadest sense.

Lebenslauf

Dina El Massry

Zur Person

Geburtsdaten	2. Jänner 1987 Bad Aussee (Steiermark/Österreich)
Staatsbürgerschaft Kontakt	österreichisch di.na.el@aol.de

Studium

Seit 10/2012	Magister Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Universität Wien
10/2009 bis 08/2012	Bakkalaureatsstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit ausgezeichnetem Erfolg Universität Wien
10/2008 bis 02/2009	Lehrgang Veranstaltungsmanagement Werkstätte Kunstberufe / WKO / VHS / Uni Wien

Schule

06/2006	HAK-Matura
09/2001 bis 06/2006	Handelsakademie 8990 Bad Aussee
09/1997 bis 07/2001	Hauptschule II 8990 Bad Aussee

Praktika und Berufserfahrung

09/2013 bis 02/2014	Fachtutorin für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Universität Wien
05/2011 bis 04/2012	Marketingassistentin TRANSFER Personalmanagement - Wien
08/2006 bis 02/2007	Auslandsaufenthalt USA Lehrgang analoge Schwarz-Weiß-Fotografie Union County College (Cranford, NJ)

Kenntnisse

Deutsch (Muttersprache)
Englisch (fließend in Wort und Schrift)
Microsoft Office
Adobe Photoshop & Lightroom
SPSS
Fotografie

Wien, Jänner 2014