



universität
wien

Diplomarbeit

Pressefotografie und Nationalsozialismus

Das Pressefoto als publizistisches Führungsmittel.

Auf der Spur einer faschistischen Bildgrammatik

Eingereicht von

Andrea Haider-Probst

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im September 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A301 295

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Gewählte Fächer statt 2. Studienrichtung

Betreuer:

Univ. -Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch

für Irma

I. EINLEITUNG/VORWORT

II. VISUELLE KOMMUNIKATION	1
II.1 BEGRIFFSDEFINITIONEN	1
II.2 BILDWISSENSCHAFTLICHER THEORIERAHMEN	4
II.2.1 Kommunikationswissenschaftliche Ansätze	4
II.2.1.1 Visuelle Kommunikationsforschung	4
II.2.1.2 Der Bildbegriff innerhalb der Kommunikationswissenschaft	5
II.2.1.3 Medienbilder	7
II.2.1.4 Fotografie und Inszenierungen	9
II.2.1.5 Massenmedien und Realität	10
II.2.1.6 Theorie des radikalen Konstruktivismus	10
II.2.2 Geschichtswissenschaftliche Ansätze	12
II.2.2.1 Die Fotografie in ihrem historischen Kontext	13
II.2.2.2 Die Fotografie als historische Quelle	14
II.2.2.3 Die Fotografie als historisches Dokument der NS-Zeit	15
II.2.2.4 Resümee	16
II.2.3 Psychologische Ansätze	18
II.2.3.1 Bildwirkung	18
II.2.3.2 Wahrnehmungspsychologie	19
II.2.3.2.1 Das visuelle System	20
II.2.3.2.2 Aufbau und Funktionsweise des visuellen Systems:	20
II.2.3.2.3 Selektive Wahrnehmung – Der Mensch als informationsverarbeitendes System	22
II.2.3.2.4 Das Bild als „visuelles Ereignis“	22
II.2.3.3 Gestaltpsychologie	24
II.2.3.3.1 Die Gestaltgesetze der Wahrnehmung	24
II.2.3.3.2 Medienpsychologie	25
II.2.3.4 Kunstpsychologie	26
II.2.3.5 Fotografie und Wahrnehmung	27
II.2.3.5.1 Das Bildgedächtnis	29
II.2.3.5.2 Emotionen und Erinnerungen	29
II.2.4 Kunsthistorische Ansätze	31
II.2.4.1 Ikonografie	31
II.2.4.2 Das Bild als Quelle vergangener Realitäten	32
II.2.4.3 Das Dreischrittschema von Erwin Panofsky	33
II.2.4.4 Ikonografie versus Ikonologie	34
II.2.4.5 Die Kunstwissenschaft als <i>die</i> Bildwissenschaft	36

II.2.5 Sprachwissenschaftliche und zeichentheoretische Ansätze	38
II.2.5.1 Die Semiotik – eine Begriffsdefinition	38
II.2.5.2 Die wichtigsten Vertreter der Semiotik	38
II.2.5.3 Die allgemein zeichentheoretisch orientierte Semiotik	39
II.2.5.3.1 Charles Sanders Peirce	39
II.2.5.3.2 Charles William Morris	40
II.2.5.4 Die linguistisch-strukturalistische Richtung	41
II.2.5.4.1 Louis Hjelmsley	41
II.2.5.4.2 Ferdinand de Saussure	42
II.2.5.5 Die Bildsemiotik	45
II.2.5.5.1 Die Fotografie als Zeichen	45
II.2.5.5.2 Die Semiotik der Fotografie	45
II.2.5.5.3 Das fotografische Paradox der fotografischen Botschaft nach Barthes	46
II.2.5.5.4 Die glossematisch orientierte Fotosemiotik	48
II.2.5.5.5 Fotosemiotik auf der Grundlage der Peirceschen Basistheorie	49
II.2.5.5.6 Ikon, Index und Symbol	50
II.2.5.5.7 Semiotik des visuellen Codes nach Eco (fotografische Codes)	51
II.2.5.5.8 Resümee	53
II.2.6 Die Bildwissenschaft	54
II.2.6.1 Der Bildbegriff	55
II.2.6.2 Versuch einer Systematik der Disziplinen	56
II.2.6.3 Die Bildwissenschaft als gemeinsamer Theorierahmen	58
III. FOTOGRAFIE IM DIENST DES NATIONALSOZIALISMUS	59
III.1 HISTORISCHE ENTWICKLUNG DER FOTOGRAFIE	59
III.1.1 Das Bild in der Presse	60
III.1.2 Die Bildillustrierten	62
III.2 DER ILLUSTRIERTE BEOBACHTER	63
III.2.1 Die Anfänge des Illustrierten Beobachters	64
III.2.2 Die Fotomontage	66
III.2.3 Vom Dokumentationsmedium zur Kampfzeitschrift der NSDAP	69
III.3 DIE GLEICHSCHALTUNG DER MEDIEN	70
III.3.1 Apparate der Presselenkung	72
III.3.1.1 Das Propagandaministerium	72
III.3.1.2 Das Bildpressereferat	73
III.3.1.3 Die Reichskulturkammer	76
III.3.1.3.1 Die Aufgaben der Reichskulturkammer	76
III.3.1.3.2 Der Aufbau der Reichskulturkammer	77

III.3.1.4 Die Reichspressekonferenz	77
III.3.1.5 Die Reichspressekammer	78
III.4 DIE ZEITUNGSWISSENSCHAFT AUF DEM WEG ZUR PUBLIZISTIK	82
III.4.1 Die Vertreter der Wissenschaft	84
III.4.1.1 Prof. Dr. Hans A. Münster	84
III.4.1.2 Prof. Dr. Emil Dovifat	87
III.4.2 Das Schriftleitergesetz und seine Auswirkung auf die Zeitungswissenschaft	88
III.4.3 Zeitungswissenschaft und Bildpublizistik	90
III.4.4 „Der Praktiker“ Willy Stiewe	91
III.5 DAS SCHRIFTLEITERGESETZ	94
III.5.1 Auswirkung des Schriftleitergesetzes auf die Bildberichterstatter	95
III.5.2 Die Behandlung des Bildes durch das Schriftleitergesetz	95
III.5.3 Zulassung zum Schriftleiterberuf	97
III.5.4 Die Berufsausbildung des Bildberichterstatters	98
III.5.5 Reichsverband der Deutschen Presse (RDP)	102
III.6 DIE BILDBERICHTERSTATTER	103
III.6.1 Die Eigenschaften eines guten Bildberichterstatters	105
III.6.2 Heinrich Hoffmann	106
III.6.2.1 Die politische Radikalisierung	108
III.6.2.2 Heinrich Hoffmann: Propagandist der nationalsozialistischen Bewegung	109
III.6.2.3 Heinrich Hoffmann und der Illustrierte Beobachter	113
III.6.2.4 Unpolitischer Pressefotograf oder Propagandist?	114
IV. BILDGRAMMATIK	117
IV.1 BILDGESTALTUNG	117
IV.1.1 Das perfekte Bild oder der entscheidende Augenblick	118
IV.1.2 Emotionale Involviertheit	121
IV.1.3 Das Erinnern von Bildern	121
IV.1.4 Emotionale Bildkomposition	123
IV.1.4.1 Induzierte Spannung	124
IV.1.4.2 Das visuelle (Gleich)Gewicht	125
IV.1.4.3 Emotionales Design	127
IV.1.5 Bildgestaltung und Bildkomposition	128
IV.1.5.1 Zur kommunikativen Rolle der Bildgestaltungsmittel	128
IV.1.5.2 Bildgestaltende Elemente und ihre Bildwirkung	129
IV.1.5.2.1 Bildgestaltung durch Licht und Schatten (Beleuchtung)	130
IV.1.5.2.2 Bildgestaltung durch Lichtkontraste	131

IV.1.5.2.3 Bildgestaltung durch Gradation	131
IV.1.5.2.4 Bildgestaltung durch Perspektive	132
IV.1.5.2.5 Bildgestaltung durch Schärfe/Unschärfe	134
IV.1.5.2.6 Bildgestaltung durch Flächen	137
IV.1.5.2.7 Bildgestaltung durch Linien	139
IV.1.5.2.8 Bildgestaltung durch Formate	139
IV.1.5.3 Wahl der technischen Mittel zur Bildgestaltung	141
IV.1.5.3.1 Film (Filmempfindlichkeit, Korn, Kontrast etc.)	141
IV.1.5.3.2 Objektive	141
IV.1.5.3.3 Resumee	143
IV.2 METHODEN DER BILDANALYSE	144
IV.2.1 Die Bildanalyse von Marion G. Müller	144
IV.2.2 Die Ikonologische Kontextanalyse von Thomas Knieper	149
IV.2.3 Methode der Inhaltsanalyse zur Analyse von Bildern	151
IV.2.4 Die Bildsemiotik	154
V. SCHLUSSBEMERKUNGEN	155
VI. LITERATURLISTE	
VII. ABBILDUNGSVERZEICHNIS	
VIII. ANHANG	

I. EINLEITUNG

Diese Arbeit wäre niemals ohne die Hilfe mir sehr lieber Menschen zu Stande gekommen, die mich - wo sie nur konnten - unterstützt haben.

Als Erstes möchte ich meinem Diplomarbeitsbetreuer Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch für seine Unterstützung danken. Vor allem seine fachlichen Ratschläge und unsere Gespräche aber auch seine Menschlichkeit waren mir immer Inspiration und Freude.

Mein Dank gilt vor allem meinem Mann Lo, der mir in der langen Zeit meiner Schaffensphase immer zur Seite gestanden ist und mir über so manche Diplomarbeits-Krise hinweggeholfen hat.

Meinen Eltern Helga und Siegfried Probst möchte ich dafür danken, dass sie immer an mich geglaubt haben. Mein besonderer Dank gilt meiner Mutter für die liebevolle Betreuung meiner Tochter, Irma. Ohne sie wäre dies alles nicht möglich gewesen.

Ein großes Danke fürs Korrekturlesen geht an Astrid (und Rosa), meine Schwester Elke und vor allem an meinen Nachbarn, Matthias, der während seiner letzten Ferientage meine Diplomarbeit verbesserte.

Außerdem möchte ich mich auch ganz herzlich bei meiner Zufallsbekanntschaft Ebenfalls–Andrea-heißend-auch-aus-Salzburg-stammend-auch-bei-Wolfgang-Diplomarbeit-abgeschlossen-habend für ihre Unterstützung und Motivation bedanken. Ihr Motto: „Aufgeben tun wir nur einen Brief“ hat mich des Öfteren bei Laune gehalten und in manch arbeitsintensiven langen Nächten daran erinnert nicht aufzugeben.

Mein Interesse zum Thema Pressefotografie rührt daher, dass ich selbst ausgebildete Fotografin und als Pressefotografin tätig bin. Eine Seminararbeit bei Prof. Haas zum Thema Illustrierter Beobachter weckte mein Interesse an der faschistischen Bildkommunikation.

Forschungsleitende Fragen

Wie auch schon der Titel meiner Diplomarbeit „Pressefotografie im Nationalsozialismus – Die Fotografie als publizistisches Führungsmittel. Auf der Spur einer faschistischen Bildgrammatik.“ andeutet, lautet die übergeordnete Hauptforschungsfrage meiner Arbeit:

Welchen Stellenwert hatte die Pressefotografie als publizistisches Führungsmittel in der NS-Zeit und kann man bei Pressefotos der NS-Zeit eine Art „faschistische Bildgrammatik“ erkennen?

Auf Grund der Fragestellung soll in meiner Arbeit nicht nur der *Stellenwert* der Pressefotografie in der NS-Zeit untersucht werden, sondern vor allem auch eine intensive Auseinandersetzung mit dem Medium Fotografie selbst erfolgen.

Gleich zu Beginn meiner Recherche stellte sich heraus, dass die visuelle Kommunikationsforschung als Teildisziplin der Kommunikationswissenschaft ein sehr stiefmütterliches Dahsein fristet. Auf der Suche nach Antworten zu Funktion und Wirkung des Bildes führte mich meine Forschungsreise daher in die verschiedensten wissenschaftlichen Disziplinen: Psychologie, Geschichte, Kunstgeschichte und Sprachwissenschaft.

Im Laufe meiner Recherche tauchten zahlreiche neue Fragen auf, die immer weitere neue Themenkreise in meine Arbeit einfließen ließen. Diese *Fragen an die Fotografie* habe ich in drei zentrale Themenbereiche zusammengeführt:

- 1. Bildwissenschaftlicher Theorierahmen**
- 2. Fotografie im Dienst des Nationalsozialismus**
- 3. Fragen an die Fotografie selbst – Bildgestaltende Elemente und ihre Wirkung, Analyse**

Die oben genannten zentralen Themenbereiche warfen ihrerseits wieder zahlreiche Teilforschungsfragen auf, die in den einzelnen Kapiteln behandelt werden, und zur Beantwortung meiner übergeordneten Hauptforschungsfrage beitragen sollen.

1. Kapitel 1: Visuelle Kommunikation

Welche Disziplinen beschäftigen sich mit visueller Kommunikation?

Welche Ansätze gibt es beziehungsweise welche Methoden werden verwendet?

Welche Fragen stellen die Disziplinen an die visuelle Kommunikation im Allgemeinen und im Speziellen an die Fotografie und welche Antworten können sie zur Beantwortung meiner Fragen liefern?

Wie könnte *die* Bildwissenschaft aussehen und welche Kriterien müsste sie erfüllen?

2. Kapitel 2: Die Pressefotografie im Dienst des Nationalsozialismus

Welche Stellung hatte die Pressefotografie in der NS-Zeit?

Welche Stellung hatte die visuelle Kommunikation/Fotografie in der Wissenschaft?

Welche Position sollte die Fotografie innerhalb der NS-Propaganda einnehmen?

Welche Institutionen gab es und was waren ihre Aufgaben?

Welche Gesetze beziehungsweise Verordnungen die Presse(fotografie) betreffend gab es und welche Auswirkungen hatten sie?

Welche Stellung hatten die Bildberichterstatter in der NS-Zeit?

Gab es neue Verordnungen, die speziell die Bildberichterstatter betrafen und welche Auswirkungen hatten diese auf die Bildjournalisten?

Heinrich Hoffmann – unpolitischer Pressefotograf oder Propagandist?

3. Kapitel 3: Bildgrammatik

Welche Rolle kommt dem Fotografen bei der Erstellung einer Fotografie zu?

Gibt es das „perfekte Bild“ und was zeichnet dieses aus?

Welche Bildgestaltenden Elemente gibt es und was bewirken sie beim Betrachter?

Gibt es überhaupt eine Art Bildgrammatik und wie könnte diese aussehen?

4. Kapitel 4: Analysemethoden

Welche Bildanalysemethoden gibt es?

Welche Antworten kann ich von den Analysemethoden erhalten?

Zielsetzung

Ausgehend von meiner Hauptforschungsfrage und nach der ersten Literaturrecherche, musste ich erkennen, dass das Forschungsgebiet „visuelle Kommunikation“ „ein Querschnittfach par excellence„ ist. Ich habe mir daher zum Ziel gesetzt aus den unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen, die für meine Forschungsarbeit wesentlichen Aspekte die visuelle Kommunikation herauszufiltern und zu beschreiben (Kapitel II.1.)

Da eine Bildanalyse nicht ohne Wissen um den historischen Kontext erfolgen kann (Kapitel II.2.2) war die weitere Vorgehensweise, dass ich versucht habe die Entwicklung der Pressefotografie zum „publizistischen Führungsmittel“ nachzuverfolgen und ihre Stellung in der NS-Zeit aufzuzeigen. Der publizistische Stellenwert der Fotografie spiegelt sich nicht nur in den zahlreichen Gesetzen und Verordnungen (III.3) und deren Auswirkung auf die Bildberichterstatte (Kapitel III.6) wider, sondern auch in der Anzahl wissenschaftlicher Arbeiten zum Thema Fotografie in der NS-Zeit (Stiewe, Wehlau, Ulmer, Wohlfahrt). Zu hinterfragen, warum die nationalsozialistische Ideologie im wissenschaftlichen Bereich so rasch auf fruchtbaren Boden fiel, ist ebenfalls Teil meiner Arbeit. *„Wichtig erschien mir in diesem Zusammenhang auch die Auseinandersetzung mit der Stellung der Fotografie in der Wissenschaft.“* Dafür war es wesentlich die in der NS-Zeit geschaffenen Institutionen und Gesetze genauer zu beleuchten. Da eine umfangreiche Bildanalyse - auf Grund der begrenzten Zeit, die mir zur Verfügung stand - nicht durchgeführt werden konnte, können die verschiedenen Bildanalysemethoden hier in meiner Arbeit nur theoretisch beschrieben werden.

Forschungsstand

Literatur zum Thema Fotografie gibt es zahlreich, allerdings beschäftigen sich nur sehr wenige mit dem Aufbau und der Gestaltung der Bildelemente und deren Wirkung beziehungsweise dem Thema Bildgrammatik.

Erst in den letzten Jahren wurden einige Diplomarbeiten und Dissertationen zum Thema visuelle Kommunikation publiziert.

Vorgehensweise und Methode

Die von mir verwendete Methode, ist die der Literaturanalyse. Die Themen wurden von mir vorab festgelegt. Die Fragen ergaben sich aus der Auseinandersetzung mit dem oben angeführten Thema und der verwendeten Literatur. Mittels der ausgesuchten Literatur habe ich versucht Antworten auf die von mir aufgestellten Forschungsfragen zu erhalten. Die Literatur reicht von Ludwig Boedekers „Pressephotographie und Bildberichterstattung“ aus dem Jahr 1926 bis zu Robert Ganders und Maria Markts: „Bild.Strategien“ aus dem Jahr 2009. Die Literaturliste beinhaltet – auf Grund des formulierten Themas – auch Literatur aus der NS-Zeit. Die Problematik bei der Verwendung faschistischer Literatur (wie auch Fotografien) ist mir bekannt und ich habe versucht, auch dieses Problemfeld zu hinterfragen. Begriffe wie „3. Reich“ oder „der Führer“ wurden deshalb in meiner Arbeit, sofern sie verwendet wurden, unter Anführungszeichen gesetzt. Zitate sind original Zitate und auch mit der alten Rechtschreibregelung übernommen.

Meine Literaturliste umfasst ca. 20 Seiten. Darunter finden sich auch Bücher, aus denen nicht direkt für diese Arbeit zitiert wurde, die aber für meine Analyse und das „Gesamtbild“ wichtig und wesentlich sind. Deshalb habe ich alle Bücher, die ich im Laufe meiner Arbeit gelesen habe – auch wenn daraus nicht zitiert wurde - in der Literaturliste belassen.

Die „Methoden der Bildanalyse“ (Kapitel V) beinhaltet keine empirischen Messmethoden, da auf Grund des Umfangs des Themas nur eine theoretische Behandlung der Analyse vorgesehen ist. Das Bildmaterial ist ausschließlich aus der Parteiillustrierten der NSDAP, dem *Illustrierte Beobachter*, entnommen. Deshalb kann davon ausgegangen werden, dass alle Pressefotos auf die ich mich beziehe für Propagandazwecke eingesetzt wurden und deshalb Propagandafotos sind. Urheber und Quellenangabe sind im Anhang vermerkt. Das verwendete Bildmaterial dient mehrheitlich zur Veranschaulichung und Illustration des Gesagten.

Gliederung der Arbeit

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in drei große Abschnitte.

In Kapitel II werden die Forschungsansätze der visuellen Kommunikation in den verschiedensten Wissenschaftlichen Disziplinen der Psychologie, Geschichte, Kunstgeschichte und Sprachwissenschaft erläutert.

Kapitel III beschreibt die Fotografie im Dienst des Nationalsozialismus. Durch die Beschreibung ihrer Entstehungsbedingungen, ihres Einsatzes und ihrer gesellschaftlichen Stellung soll vor allem die Stellung der Fotografie als publizistisches Führungsmittel herausgearbeitet werden.

In Kapitel IV werden die bildgestaltenden Elemente der Fotografie beschrieben und Bildanalysemethoden erläutert.

II. VISUELLE KOMMUNIKATION

II.1 BEGRIFFSDEFINITIONEN

Um sich in sinnvoller Art und Weise mit visueller Kommunikation auseinandersetzen zu können, bedarf es vorab einer Definition der verwendeten Begriffe:

- **Visualisierung**

„(...) unter dem Terminus „Visualisierung“ versteht man ganz allgemein eine bildliche, illustrative Technik. Eine Methode des Anschaulichmachens, welche die Informationsdichte, die Qualität der (schriftlich/sprachlichen) Aussage erhöht. (...) „Visualisierung ist der Versuch, sprachlich nicht zur Gänze abgeklärte oder durch Sprache nicht befriedigend kommunizierbare (transportierbare) Inhalte durch Bilder oder Bilderfolgen transparent zu machen.“¹

Der Prozess der Visualisierung wird zwar einerseits sehr positiv als „Teil der Modernisierung von Gesellschaft“ gesehen, andererseits ist der Prozess der Visualisierung aber auch sehr negativ konnotiert.

Diese negative Konnotation führt Miriam Meckel, Professorin für Corporate Communication und geschäftsführende Direktorin am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen/Schweiz, auf die „Instrumentalisierung des Bildes als Symbol kulturell-nationaler „Entartung“ im Nationalsozialismus und auf die „Bildstörung“, unter der unsere Kultur leidet, zurück.

Ikonoklasmus² ist in der Wissenschaft weit verbreitet. Zu einem nicht geringen Teil entsteht – laut Marion G. Müller, Kommunikationswissenschaftlerin und

¹ DOMSICH, Johannes (1991): S. 15

² Ikonoklasmus: Unter Ikonoklasmus (zu altgriechisch εἰκών, „Bild, Abbild“ und κλάσσειν, „zerbrechen“) versteht man die Zerstörung heiliger Bilder (Bildersturm) oder Denkmäler der eigenen Religion.
Aus: <http://de.wikipedia.org/wiki/Ikonoklasmus> 09/2009

Professorin für Massenkommunikation an der *Jacobs University Bremen* - die „Phobie vor dem Bild“ aus einer Art bildlichem Analphabetismus.

Wie können Informationen und Inhalte durch visuelle Medien überhaupt übermittelt werden?

Laut Johannes Domsich sind zwei sich wechselseitig bedingende traditionelle Kulturtechniken des Transportes zu beobachten: die schriftlich/sprachlichen und die visuell getragenen Methoden. Die schriftlich/sprachliche Dominanz brach am Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts auf und mehr und mehr traten die visuellen Medien - allen voran die Fotografie - als Trägermedium in Erscheinung.

Pross unterscheidet primäre, sekundäre und tertiäre Medien. Die Fotografie, die zu jenen Medien gehört, die auf der Produktionsseite ein Gerät erfordern, zählt er zu den sekundären Medien.

Bei Kommunikation geht es laut Roland Burkart ganz allgemein „um Mitteilungen zwischen Menschen“, wobei mit Hilfe von Medien Botschaften übermittelt werden. Saxer verweist auf die „Doppelnatur des Systems Medium“³. Seiner Meinung nach zeichnet sich jedes publizistische Medium durch ein gewisses kommunikationstechnisches Potential aus, verweist aber auch immer auf bestimmte Sozialsysteme, die sich um diese Kommunikationstechnologie herum bilden. „Ihre inhaltliche und formale Differenzierung wird vielmehr erst von ihrer jeweiligen „Institutionalisierung bestimmt, d. h. von der „Art und Weise, wie die Gesellschaften die Medien in ihren Dienst nehmen.“

Martin Schuster über die Vorteile visueller Kommunikation?⁴

1. **Kommunikation mit visuellen Mitteln ist schneller**, muss aber durch gemeinsame Lernerfahrung Eindeutigkeit erlangen“.
2. **Bildkommunikation lässt dem Empfänger bei der Decodierung der Nachricht einen größeren Spielraum** als die verbale Kommunikation. Die Selektion was wahrgenommen wird und wie es interpretiert wird, liegt in der Hand des Empfängers.
3. **Die emotionale Bedeutung des Bildes**. Durch bildhafte Erinnerungen können Gefühle leichter abgerufen werden.

³ SAXER (1975): S. 209

⁴ SCHUSTER/WOSCHEK (1989): S. 15ff

4. Visuelle Kommunikation kann auf komplizierte Reihenfolgen verzichten.

- **Das Pressefoto**

Nach Waller Klaus sind Zeitungsfotos alle Fotografien, die in Zeitungen abgedruckt werden.

- **Fotojournalismus**

„Erst von dem Augenblick an, wo das Bild selbst zur Geschichte wird (...) beginnt der Photojournalismus.“⁵

- **Der Bildreporter**

„Der Bildreporter ist ein Aussagenberichter, der mit der Kamera aus den aktuellen Ereignissen und Erscheinungen das Charakteristische des Augenblicks herausholt und technisch fixiert. Er bemüht sich – ebenso wie der Wortjournalist – um den objektiven Tatsachenbeweis, der ein besonderes Merkmal der Tageszeitung ist. Bildhaftes Sehen und Erkennen sind neben den phototechnischen Fertigkeiten und der publizistischen Verantwortung unumgängliche Voraussetzungen des Bildreporters.“⁶

- **Bildberichterstatte**

Alte Bezeichnung für Pressefotograf. „Der Beruf des Bildberichterstatte ist kein Handwerk wie die Fachphotographie (Innung). Bildberichterstatte sind Schriftleiter, die statt der Feder die Kamera führen.“⁷

- **Die Bildwissenschaft**

Die Bildwissenschaft soll laut Klaus Sachs-Hombach als ein gemeinsamer Theorierahmen verstanden werden, der den unterschiedlichsten Disziplinen, die sich mit visueller Kommunikation beschäftigen, „(...) ein integratives Forschungsprogramm bereitzustellen erlaubt.“⁸ „Im Fokus des Interesses einer interdisziplinären Bildwissenschaft stehen dabei nicht einzelne Bilder oder Kunstwerke, sondern vielmehr die menschliche Fähigkeit, Bilder gezielt als Kommunikationsmedium erzeugen, wahrnehmen (rezipieren) und verwenden zu können.“⁹

⁵ GISELE, Freund, zitiert nach WALLER, Klaus (1982): S.

⁶ DOVIFAT, Emil (1969): S. 287

⁷ Anordnung von Weiß, des Leiters des RDP, Deutsche Presse, 4/1939

⁸ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 11

⁹ Jörg R. J. Schirra / Klaus Sachs-Hombach 2006

II.2 BILDWISSENSCHAFTLICHER THEORIERAHMEN

II.2.1 Kommunikationswissenschaftliche Ansätze

II.2.1.1 Visuelle Kommunikationsforschung

„Die visuelle Kommunikation ist die Übermittlung von Information in einer Weise, die über das Auge wahrgenommen wird.“¹⁰

Die visuelle Kommunikationsforschung als Teildisziplin der Kommunikationswissenschaft ist laut der Politologin und Kunsthistorikerin Marion G. Müller erst im Entstehen begriffen. Die Zugänge zu dieser Wissenschaft sind - sowohl aus geistes- und sozialwissenschaftlicher - als auch aus naturwissenschaftlicher Perspektive - sehr breit gefächert, so dass das hochaktuelle Forschungsgebiet „visuelle Kommunikation“ „ (...) auf den ersten Blick beinahe so unübersichtlich erscheint, wie sein Forschungsgegenstand.“¹¹

Ziel der visuellen Kommunikationsforschung ist laut Marion G. Müller „(...) die Prozesse visueller Wahrnehmung und visueller Kommunikation transparent zu machen und sie zu erklären.“¹²

Die Fragestellungen und die Methodenansätze, die in der visuellen Kommunikationsforschung stark variieren, unterteilt Marion G. Müller in die unterschiedlichen Aspekte visueller Kommunikation, nämlich in **Produktionsanalyse, Produktanalyse und Wirkungsanalyse.**

1. Die **Produktionsanalyse** fragt nach den Entstehungsbedingungen des Bildes (Wann ist das Bild entstanden?), nach den Produktionsstrukturen aber auch nach der Motivation der Bildproduzenten.
2. Die **Produktanalyse** beschäftigt sich mit der Beschreibung des Bildes (Was ist auf dem Bild dargestellt?). Der Schwerpunkt der Produktanalyse liegt auf der Bedeutungsebene (Form, Größe, Produktionstechnik, Motiv, Materialität,

¹⁰ Aus: http://de.wikipedia.org/wiki/Visuelle_Kommunikation 09/2009

¹¹ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 13

¹² Ebd., S. 13

Motiv des Bildes etc.) „Methodisch erscheinen sowohl zeichentheoretische, psychologische, als auch kunsthistorische Ansätze für die Ebene der Produktanalyse besonders geeignet.“¹³

3. Die **Wirkungsanalyse** untersucht die Wahrnehmungen und Wirkungen und Rezeptionsformen des Bildes, sie fragt nach den Adressaten und Rezipienten. (Auf wen wirkt das Bild wie?)

Ein „spezifisch visuell-wissenschaftliches Vorgehen“, um zu einer realistischen Einschätzung von Funktion und Wirkung visueller Kommunikation zu gelangen, ist unerlässlich. Die oben beschriebenen Dimensionen des Bildes: Produktions-, Produkt- und Wirkungsanalyse sind daher wesentliche Bestandteile des wissenschaftlichen Bildbegriffs, der wiederum für eine „umfassende Analyse visueller Kommunikation“ unabdingbar ist.

II.2.1.2 Der Bildbegriff innerhalb der Kommunikationswissenschaft

In der deutschen Sprache wird der Bildbegriff auf Kunstwerke, Fotos, Traumbilder, Ideen, Musik usw. angewendet. Da ein so weit gefasster Bildbegriff für die Kommunikationsforschung zu unpräzise erschien, bemühte man sich daher um eine Eingrenzung des Bildbegriffs. Der Sprachwissenschaftler W.J.T. Mitchell stellte fest, dass unser Bildverstehen fest in sozialen und kulturellen Praktiken verankert ist.

„Die semantische Bestimmtheit visueller Kommunikation hängt von äußeren Faktoren wie etwa Kulturkreis, historischer Kontext, Präsentationskontext, Umbildcharakter, Vorwissen oder individueller Wahrnehmungssituation ab.“ Dies impliziert, dass das Erfassen (...) von Bildern sowohl von zeitlichen als auch räumlichen Faktoren abhängt und damit relativ ist.“¹⁴

Er unterscheidet fünf Merkmalsausprägungen von Bildern: sprachliche, optische, grafische, perzeptuelle und mentale Bilder wobei er die Fotografie zu den grafischen Bildern zählt, die damit in das Forschungsgebiet der Kunstgeschichte fallen.

¹³ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 15

¹⁴ KNIEPER, Thomas: S. 57 in: SACHS-HOMBACH, Klaus (2005)

Der Schweizer Kommunikationswissenschaftler Christian Doelker nimmt einen stärker an der Kommunikationswissenschaft ausgerichteten Standpunkt ein, seine Charakterisierung von Bildlichkeit unterscheidet drei Ebenen: Wahrnehmungsinhalt, Original beziehungsweise Unikat und Kommunikation.

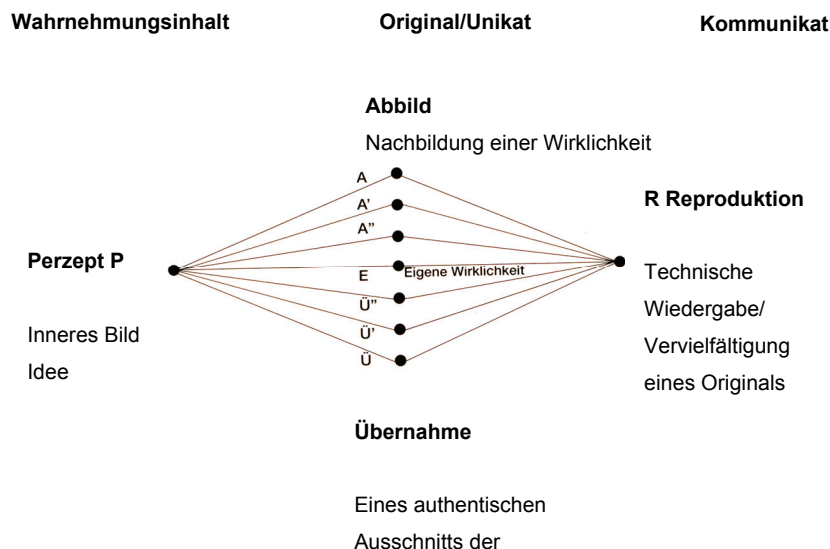


Abbildung 1 – Charakterisierung der Bildlichkeit nach Christian Doelker

Das Bild ist dabei für Christian Doelker „eine zum Zweck der Betrachtung oder Verständigung hergestellte Konfiguration“¹⁵ Seine Definition schließt zwar die Kriterien der Reproduzierbarkeit, der Transferierbarkeit und der Begrenztheit mit ein, immaterielle Bilder beziehungsweise Denkbilder werden aber ausgeklammert.

Klaus Sachs-Hombach, Professor für Philosophie und Bildwissenschaftler, grenzt durch die drei Kriterien: Materialität, Artifizialität und Persistenz den Bildbegriff auf *Bilder im engeren Sinn* ein. Dabei Grenzt sich die visuelle Kommunikationsforschung durch das Kriterium der Materialität von der interpersonalen nonverbalen Kommunikation ab und das Kriterium der Artifizialität grenzt die *Bilder im engeren Sinn* von den natürlichen Bildern ab. Während das Kriterium der Persistenz sichert, dass es sich um einen „wiederholt wahrnehmbaren Gegenstand handelt“¹⁶.

¹⁵ Vgl. dazu DOELKER, Christian (1997): S. 180

¹⁶ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 13, siehe dazu auch Kapitel II.2.6.1 Bildegestaltung

Nach Marion G. Müller umfasst der Bildbegriff alle visuellen Phänomene, die sich „meist, aber nicht ausschließlich, in Form von Bildern manifestieren“ wie Tafelbild, Fotografie, Druckgrafiken, audiovisuelle Medien und dreidimensionale Artefakte, wie Architekturen und Skulpturen.

Die visuelle Kommunikation nimmt bei der Bewertung des Bildes aber keine ästhetische Wertung vor, denn „entscheidend für die Qualifikation als Forschungsobjekt ist die visuelle Form und nicht die gestalterische Qualität.“¹⁷ Auch die Frage, ob Bilder von Menschen oder Maschinen gemacht¹⁸ sind ist nach Marion G. Müller unerheblich. Wesentlich ist, „(...) dass sich Bilder in materialisierter Form ausdrücken. Als Abbilder sind sie Quellenmaterial, das kommunikationswissenschaftlich untersucht werden kann.“

Dabei interessiert sich die visuelle Kommunikationsforschung „besonders für die „niederen“ Bildprodukte, die außerhalb eines elitären Kunstbegriffes stehen, aber eine große Popularität, einen hohen Verbreitungsgrad und damit ein großes Publikum haben“, wie zum Beispiel die Pressefotos.¹⁹

II.2.1.3 Medienbilder

„Bildkompetenz ist folglich im erheblichen Maße auch Medienkompetenz.“ (Klaus Sachs-Hombach)²⁰

Aus Sicht der Kommunikationswissenschaft sind vor allem massenmedial verbreitete Abbilder wichtiges Quellenmaterial für die kommunikationswissenschaftliche Forschung. Diese an Trägermedien gebundenen Bilder bezeichnet Thomas Knieper auch als *Medienbilder*.

Die Medienbilder zeichnen sich durch ihre mediale Verbreitung aus. Sie sind damit „(...) in ein intra- als auch intermediales Umfeld eingebettet und damit kontextualisiert. Innerhalb eines Mediums geben die bildbegleitenden Kontexte Interpretationsmuster für die Bildwahrnehmung vor“²¹.

Hans Belting versteht die „Medien als Trägermedien oder Gastmedien, derer die Bilder bedürfen, um sichtbar zu werden, also als Medien des Bildes.“

¹⁷ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 14

¹⁸ Vgl. dazu GOMBRICH (1980): man-made images versus machine-made images

¹⁹ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 14

²⁰ Ebd., S. 13

²¹ KNIEPER, Thomas: S. 40 in: SACHS-HOMBACH, Klaus (2005)

Medienbilder mit Täuschungsabsicht

Medienbilder oder Bildmanipulationen sind für den Betrachter dann dysfunktional, wenn ihre „Erstellung oder ihre Präsentation und damit Distribution mit einer Täuschungsabsicht verbunden ist.“²²

Thomas Knieper unterscheidet dabei vier Hauptgruppen:

1. Erzeugung virtueller Welten

Darunter versteht Thomas Knieper sowohl die Verschmelzung realer Welten mit virtuellen Elementen als auch die Generierung selbständiger virtueller Welten, zum Beispiel computergenerierte Filme.

2. irreführende Kontextualisierung

Unter irreführender Kontextualisierung versteht man *problematische Bildunterschriften* wie zum Beispiel mehrdeutige Erklärungen, die bewusste Unsicherheit bei der Bildinterpretation erzeugen wollen.

3. Bildveränderung

Zwar fallen kleine Korrekturen wie: Anpassen von Helligkeit, Kontrast, Farbton, Farbsättigung, das Entfernen von Kratzern oder Staub noch nicht unter Bildveränderungen bei der Entfernung von „ästhetisch störenden Bildelementen“ wird die Problematik der „Bildveränderung“ allerdings deutlich. Fotomontagen, eingesetzt aus Gründen der Dramatisierung oder Geschichtsfälschung hält Thomas Knieper für bedenklich bis inakzeptabel

4. Eingriffe in die Umwelt

„Die Eingriffe in die Umwelt beziehen sich auf Inszenierungen und Rekonstruktionen. (...) als Inszenierung auf Akteurseite bzw. vormediale Inszenierung kann man daher jegliches Bestreben begreifen, sich selbst, seine Ideen oder bestimmte Ereignisse für die Medien und damit die mediale Öffentlichkeit in Szene zu setzen.“²³

Aber auch der Bildjournalist trifft bei der Aufnahme zahlreiche Entscheidungen, die sich auf das Bild auswirken wie zum Beispiel: die Wahl der Kamera, der Aufnahmestandpunkt, Aufnahmezeitpunkt, Motivwahl, Ausschnitt, etc.

²² KNIEPER, Thomas: S. 41 in: SACHS-HOMBACH, Klaus (2005)

²³ Ebd., S. 41

Bildherstellung ist laut Thomas Knieper daher auch immer von Interpretationen und Selektion geprägt.

II.2.1.4 Fotografie und Inszenierungen

Im Unterschied zu realen Ereignissen sind inszenierte Ereignisse bewusst geplant, zeichnen sich durch ihre „Künstlichkeit“ aus und sind damit „bewusst gestaltete Realität“

„Die Bilder inszenierter Ereignisse zählen zu den schwierigsten „Objekten“ der visuellen Kommunikationsforschung. Nicht nur ihre multimediale Struktur, auch die Notwendigkeit, in nur wenig Transparenz aufweisende Zusammenhänge einzudringen, machen Inszenierungsinterpretationen zu einer wissenschaftlichen Herausforderung“²⁴

Da die faschistische Propaganda stark visuell orientiert war, kann man davon ausgehen, dass die Mehrzahl der stattgefundenen Veranstaltungen und Ereignisse inszeniert wurden. Die Mythisierung und Inszenierungen des NS-Regimes fanden daher vor allem in der gleichgeschalteten Presse ihren Niederschlag und die Pressefotografien dienten als Multiplikator des Ereignisses. Dieser „schöne Schein des Dritten Reiches“ ist laut dem Politikwissenschaftler Peter Reichel „(...) zentrales Moment der Wahrnehmung nationalsozialistischer Wirklichkeit“²⁵ und beschreibt die andere, zweite Seite des totalitären Gewaltregimes.

Die Pressefotografie nahm innerhalb der visuellen Kommunikationstechniken des NS-Staates die dominanteste Stellung ein. Dabei dürfte laut Johannes Domsich das Bedürfnis nach Visualität und die *Neuheit des Mediums Bild* als Massenkommunikationsmittel eine entscheidende Rolle gespielt haben, denn „(...) konsumiert wurde primär nicht der Inhalt, sondern das Medium selbst.“²⁶

²⁴ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 29

²⁵ REICHEL, Peter (1991): S. 7

²⁶ Vgl. dazu DOMSICH, Johannes (1991): S. 170

II.2.1.5 Massenmedien und Realität

„Die Tatsache, dass im Input der Reize bereits quantitativ und qualitativ eine starke Auslese stattfindet und die Rekonstruktion des Gesehenen eine höchst komplexe Gehirnleistung ist, die nur unter Zuhilfenahme des individuell Erfahrenen zustande kommt, macht die These von der objektiven Informationsaufnahme zweifelhaft.“²⁷

Sehen also zwei Menschen objektiv dasselbe, so werden sie neue Gegenstände, aufgrund ihrer Erfahrungen schon anderes wahrnehmen, bevor sie sie noch interpretieren. Diese Annahme führt zu der Theorie des radikalen Konstruktivismus.

II.2.1.6 Theorie des radikalen Konstruktivismus

Nach dem chilenischen Biologen und Philosophen Humberto Maturana nehmen Menschen zwar Reize aus der Umwelt auf, die Reaktionen auf diese „Perturbationen“ werden aber im Nervensystem aus diesem selbst gesteuert und nicht etwa substantiell von den äußeren Reizen.

Daraus folgt, dass alles, was der Mensch als bewusste Wahrnehmung empfindet, eine höchst subjektive Konstruktion seines Nervensystems ist. Dies wiederum würde nach Dankwart Rost bedeuten, dass die „(...) Inhalte aller Massenmedien auch keine entscheidende Rolle für den allgemeinen Meinungsbildungsprozess spielen. Dieser findet mehr oder weniger durch Interaktionsprozesse statt, wobei die Kommunikation nur die Rolle der „Perturbation“ hat.“²⁸

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass subjektive Interpretations- und Konstruktionsvorgänge großen Einfluss auf das haben, was wir als Wirklichkeit erleben. Alles was wir wahrnehmen ist demnach von unserer Aufmerksamkeit, unserem Interesse, unseren Erfahrungen und Erwartungen geprägt, jede menschliche Kommunikation unterliegt daher der subjektiven Informationsverarbeitung, daher erweist sich auch die Forderung nach objektiver Information schlicht als Illusion.

²⁷ ROST, Dankwart (1987): S. 116

²⁸ In diesem Zusammenhang auch interessant: die Diffusionstheorie. Sie besagt, dass eine indirekte, diffundierende Ausbreitung der Kommunikationsinhalte wesentlich wirksamer ist als die direkte Beeinflussung.

Können die Massenmedien die Realität überhaupt angemessen wiedergeben? - Gibt es ein objektives, detailgetreues Abbild der Wirklichkeit in den Medien

Der Konstruktivismus rückt aber auch die Fragen nach der Wirklichkeitskonstruktion der Medien in den Mittelpunkt der Diskussionen. „Zum Konstruktivismus zählen alle jene philosophischen bzw. erkenntnistheoretischen Strömungen, die sich mit dem Beitrag des Subjekts im Prozess des Erkennens von Wirklichkeit auseinandersetzen. (...) Ausgangspunkt konstruktivistischen Denkens ist die Annahme, dass wir Menschen durch bestimmte Leistungen unseres Bewusstseins Wirklichkeitsvorstellungen konstruieren.“²⁹

Dabei steht aber „(...) nicht die zu erkennende Wirklichkeit im Mittelpunkt konstruktivistischer Überlegungen, sondern der Erkenntnisprozess selbst: als Vorgang der Konstruktion.“³⁰

Die Wahrnehmung liefert daher niemals ein Abbild der Realität, sondern immer eine Konstruktion aus Sinnesreizen und Gedächtnisleistung eines Individuums, die Bedeutungszuweisung erfolgt nach Siegfried J. Schmidt³¹, einem Kommunikationswissenschaftler “(...) auf der Grundlage früherer interner Erfahrungen und stammesgeschichtlicher Festlegungen.”

Deshalb ist Objektivität im Sinne einer Übereinstimmung von wahrgenommenem (konstruiertem) Bild und Realität unmöglich. Ausnahmslos jede Wahrnehmung ist subjektiv. - Darin besteht die Radikalität des radikalen Konstruktivismus.³²

Im Hinblick auf die Rezeption massenmedialer Inhalte bedeutet die konstruktivistische Perspektive, dass wir keinesfalls davon ausgehen dürfen, Medien würden Realität abbilden. Dies gilt auch für Fotos und Fernsehbilder.“³³

²⁹ BURKART, Roland (2002): S. 303ff

³⁰ Ebd., S. 305

³¹ SCHMIDT, Siegfried J. in BURKART, Roland (2002): S. 306

³² Aus: http://de.wikipedia.org/wiki/Radikaler_Konstruktivismus 09/2009

³³ BURKART, Roland (2002): S. 310

II.2.2 Geschichtswissenschaftliche Ansätze

„Geschichte wiederholt sich nicht, ihre Bilder aber schon.“ (Marion G. Müller³⁴)

Wie in fast allen von mir untersuchten wissenschaftlichen Disziplinen fand die Fotografie auch in der Geschichtswissenschaft anfangs nur wenig Beachtung. Laut der Politologin und Kunsthistorikerin Marion G. Müller hatte die Geschichtswissenschaft zwar unter der Bezeichnung „Quellenkritik“ eine eigene Methode im Umgang mit Text-, aber nicht mit Bildquellen entwickelt. Daher zeigt sich auch in der Geschichtswissenschaft im Bereich der Quellenkunde - obwohl Fotografien nicht nur als Illustrationsobjekte Verwendung fanden - ein Mangel an methodischen Instrumenten zur Analyse von Bildern.

„Die Geschichtswissenschaft hat über die besondere Bedeutung historischer Fotografien, ihre Eigenheiten sowie die Möglichkeiten und Grenzen ihres Quellenwertes, nur wenig Überlegungen angestellt und kein quellenkritisches Instrumentarium entwickelt, spielen doch bildliche Quellen, insbesondere Fotografien, für sie allgemein keine große Rolle.“³⁵

Erst nach Ende des Zweiten Weltkriegs wurde die „Photographiegeschichte“ um einige kulturhistorische Überlegungen erweitert und in eine allgemeinere Wahrnehmungs- und Kulturgeschichte eingeordnet.

Jens Jäger führt in seinem Buch „Gesellschaft und Photographie. Formen und Funktionen der Photographie 1839-1860“ aus dem Jahr 1996 zwei Motive für das zunehmende Interesse der Geschichtswissenschaft an der Fotografie an: zum einen den Einfluss sozial- und kulturanthropologischer Ansätze, die „(...) einen Zugang zu volkskulturellen `Äußerungs- und Denkweisen` ermöglichten“³⁶, und zum anderen, weil „(...) Bilder und Formen der visuellen Kommunikation (...) als Forschungsgegenstand verstärkt wahrgenommen“³⁷ wurden.

Es setzte sich die Überzeugung durch, dass „(...) Bilder Aussagen über grundlegende gesellschaftliche Normen und Werte enthalten und als Überreste vergangener Kommunikation einen wichtigen Einblick in die Kultur-, Alltags-,

³⁴ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 80

³⁵ HERZ, Rudolf (1994): S. 15

³⁶ JÄGER, Jens (1996): S. 11

³⁷ Ebd., S. 11

Sozial- und Mentalitätsgeschichte gewähren können.“³⁸ Trotzdem lag - mit Ausnahme einiger Untersuchungen zur Arbeiter- und Alltagsgeschichte der Sozial- und Kulturgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts – das Hauptaugenmerk der Historiker nach wie vor auf den Kunstwerken und weniger auf alltäglichen Bildern.

II.2.2.1 Die Fotografie in ihrem historischen Kontext

Für meine Arbeit ist eine Untersuchung von John Tagg wesentlich. In seinem Buch „Die Verwendung der Fotografie als Machtinstrument der herrschenden Klasse“ kommt er zu dem Schluss, dass eine „Entschlüsselung der Photographie nur gelingen kann, wenn gleichzeitig die entsprechenden Institutionen und deren diskursive Legitimation untersucht werden.

Dabei wird deutlich, wie wichtig die Berücksichtigung der Entstehungsbedingungen für eine Analyse von Fotografien ist, „(...) eine Forderung, die integraler Bestandteil aller neueren methodischen Überlegungen zum Umgang mit Photographie als Quelle ist.“³⁹

Gerhard Jagschitz, Univ.- Prof. am Institut für Zeitgeschichte, warnt davor, die die Fotografien in den Zeitungen „als bloße Abbilder oder Dokumente eines welthistorischen Ereignisses“ zu betrachten. „Vielmehr ist die Dimension auf die gesellschaftliche Bedeutung, die Voraussetzungen ihrer Entstehung und den genau geplanten politischen Einsatz zu erweitern.“⁴⁰

Problematisch ist seiner Meinung auch, dass bei der Mehrheit des Bildmaterials weder der Werdegang, noch der Einsatz und die Produktionsbedingungen rekonstruierbar sind. Hinweise auf die Auswahl der Bildberichterstatter, die Aufnahmestrategie oder den propagandistischen Einsatz der Bilder fehlen meist zur Gänze.

Fragen nach Selektionskriterien und Auftragsvergabe, Auswahl der Bildberichterstatter, Aufnahmestrategien, dem Urheber der Aufnahmen oder dem propagandistische Einsatz der Bilder bleiben meist ungeklärt.⁴¹

³⁸ JÄGER, Jens (1996): S. 12

³⁹ Ebd., S. 15

⁴⁰ JAGSCHITZ, Gerhard (1988): S. 52

⁴¹ Vgl. dazu auch KERBS/UKA/WALZ/RICHTER (1983)

Laut Gerhard Jagschitz muss die Fotografie daher in den Gesamtzusammenhang politischer und sozialer Entwicklung eingebettet werden:

„Nicht als Illustration, sondern als eigenständige historische Quelle muss die Fotografie anerkannt werden, sie bedarf dazu aber interdisziplinärer Erkenntnisse und strenger sozialwissenschaftlicher Interpretationsmethoden.“⁴²

II.2.2.2 Die Fotografie als historische Quelle

Zwei Strömungen kristallisieren sich im Forschungsfeld der Geschichtswissenschaft im Umgang mit der „Fotografie als Quelle“ heraus: Die eine Strömung will die die Fotografie als realkundliches Dokument (Fragen zum Aussehen und dem Gebrauch von Gegenständen der Vergangenheit) behandelt wissen, die andere Strömung möchte die Fotografie - analog zu schriftlichen Quellen - mit dem Instrumentarium der Quellenanalyse bearbeiten.

„Grundsätzlich sehen die Geschichtswissenschaftler die historisch-kritische Methode der Quelleninterpretation als universales Instrument für die Erschließung sämtlichen Quellenmaterials an. (...) diese beinhaltet ein mehrstufiges Verfahren, das neben der Authentizitätsbestimmung die Analyse der vermittelten Inhalte vorsieht sowie die kritische Untersuchung der speziellen Funktion der Quelle in ihrer Zeit.“⁴³

Wie in der Sprachwissenschaft stellt sich aber auch hier die Frage, ob die Instrumentarien der Sprache überhaupt für die Erforschung der Fotografie geeignet sind.

Die semiotisch orientierte Bildanalyse geht davon aus, dass Bilder wie Sprache aufgebaut und dementsprechend entschlüsselt werden können. Vorausgesetzt wird, dass Fotografien Kommunikationsmittel sind, die kodierte Informationen transportieren. Die Analyse ist daher als eine Art Übersetzung visueller in verbale Zeichen zu verstehen. Problematisch sind dabei Unschärfen, die sich auf Grund dieser Art der Analyse ergeben⁴⁴: die Vielschichtigkeit des zu

⁴² JAGSCHITZ, Gerhard S. 87 in DUCHKOWITSCH/HAUSJELL/RATKOLB (1988)

⁴³ JÄGER, Jens in SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 192

⁴⁴ Vgl. dazu WAIBL Gunther (o.J.)

übersetzenden Codes (Fotograf und Rezipient), die kulturelle Codiertheit, die Dechiffrierung durch den Rezipienten und die mangelnde Berücksichtigung der damals vorherrschenden Bedingungen.

Nach Gunther Waibl sollte die Analyse von Fotografien analog zur Analyse schriftlicher Quellen erfolgen.

*„Das oft formulierte **Problem der Authentizität einer Photographie** ist nur ein Scheinproblem, wenn es vornehmlich um die sozialen Funktionen von Bildern geht. Denn ob ein Bild gestellt, vielleicht retuschiert oder überhaupt einen wahren Sachverhalt darstellt, spielt nur eine geringe Rolle, wenn sichergestellt ist, daß das Bild tatsächlich zeitgenössisch ist.“⁴⁵*

II.2.2.3 Die Fotografie als historisches Dokument der NS-Zeit

Die Fotografien wurden laut dem Kunsthistoriker Rudolf Herz zu einem „zentralen Bestandteil der Rückblicke auf die Epoche des deutschen Faschismus“ und galten unhinterfragt als „historische Dokumente“. ⁴⁶

„Festzuhalten bleibt, dass die Fotografien aus der NS-Zeit in den populären wie wissenschaftlichen Geschichtsdarstellungen durchwegs ohne weitere quellenkritische Überlegungen und ohne Problematisierung ihrer Entstehung, ihrer Herkunft und ihres gesellschaftlichen Funktionszusammenhangs als authentische Dokumente der nationalsozialistischen Herrschaft verwendet werden.“⁴⁷

Auch Rudolf Herz betont die Notwendigkeit quellenkritischer Untersuchungen und kritisiert, dass die vorhandenen Ansätze bislang „keine erkennbaren Auswirkungen auf den Umgang mit historischen Fotografien“⁴⁸ gehabt hätten. Seiner Meinung nach kann die Fotografie der NS-Zeit für sich alleine keine Aussage über die historische Realität machen, erst in Kombination mit schriftlichen Quellen gibt die Fotografie „Informationen frei“.

Verknüpft semiotische und ikonologische mit kommunikationstheoretischen Ansätzen
Die Photographie dem „Code der Propaganda entsprechend“ entschlüsselt

⁴⁵ WAIBL Gunther (o.J.), S. 21

⁴⁶ HERZ, Rudolf (1994): Vorwort

⁴⁷ Ebd., S. 15

⁴⁸ Ebd., S. 15

Für Rudolf Kerbs ist das Wesentliche, dass die Fotografie besser als das Wort das Bild vermittelt, das sich die Vergangenheit von sich selber macht.

Dieser Satz beschreibt das Verständnis der Nationalsozialisten von Bildpropaganda sehr genau. Denn ihnen war bewusst, dass in den Bildern von den von ihnen inszenierten Aufmärschen und Großveranstaltungen, die auch von der ausländischen Presse publiziert wurden, auch *„(...) gleichzeitig ein Stück deutscher Geschichte im Bild festgehalten wird“*, das auch noch Generationen später als Anschauungsmaterial Verwendung finden wird.

Die oben erwähnte Thematik wirft auch die komplexe Frage nach dem Umgang mit gefälschten Bildern auf. Bruno Fritzsche setzt sich in seinem Aufsatz „Das Bild als historische Quelle“ mit der Frage auseinander, ob man von gefälschten Fotografien überhaupt sagen kann, dass sie lügen, oder ob dieser Gedanke nicht schon impliziert, dass wir davon ausgehen, dass die Fotografie einen unverfälschten Augenblick der Wirklichkeit wiedergibt, was ja nicht der Fall ist. So gesehen, komme ein Weglassen (Retuschieren) von Personen einem „Nicht-Erwähnen“ in Texten gleich.

Für Gerhard Jagschitz sind Fotografien mit bedeutender politischer Aussage *„(...) weder Fälschung noch Wahrheit, sie sind propagandistisches Mittel“*⁴⁹ und benötigen daher immer auch Zusatzinformationen und eine Einordnung in ihren historischen Kontext.

II.2.2.4 Resümee

Welche Fragen sind an die Pressebilder der NS-Zeit zu stellen beziehungsweise welche Fragen beantwortet eine Fotografie aus der NS-Zeit?

Wer ist der Urheber der Fotografie?

Aus welchem Umfeld kommt der Urheber?

Gibt es persönliche Motive in Bezug auf die Herstellung?

Was weiß man von den Produktionsbedingungen?

Gab es berufliche oder sonstige Beschränkungen?

Wann wurde die Fotografie aufgenommen und warum?

Handelt es sich um eine Auftragsarbeit? Wenn ja, wer war der Auftraggeber?

⁴⁹ JAGSCHITZ, Gerhard (1988): S. 73

Sind Vorgaben durch den Auftraggeber bekannt? (Zensur)

Gab es eine Vorauswahl der Fotografen?

Was weiß man von den Entstehungsbedingungen? (Inszenierung)

Was kann über die Auswahl des überlieferten Bildmaterials gesagt werden?

Warum und von wem wurden diese Bilder überliefert beziehungsweise aufbewahrt und zu welchem Zweck?

Sind es publizierte Bilder? - Wo wurden sie publiziert? Von wem und mit welcher Absicht?

Historischer Kontext

Aus welchem zeitlichen Kontext stammen die untersuchten Fotografien?

Wie war die politische beziehungsweise gesellschaftliche Situation zur Zeit der Aufnahme?

Gab es Beschränkungen? Wenn ja, welcher Art? (Gesetze, Verordnungen)

Welchen Stellenwert hatte die Pressefotografie zu dieser Zeit?

Die Überlieferung der Fotografien muss kritisch beurteilt werden: Fragen nach den Entstehungsbedingungen, den gesellschaftlichen Umständen, dem Auftraggeber, dem Fotografen usw. müssen gestellt werden, um wissenschaftlich verwertbare Aussagen zu bekommen.

Wesentlich ist aber auch zu hinterfragen, welche Regeln und Konventionen der Fotografie-Inszenierung es gab, die wiederum gesellschaftlich determiniert sind. Diese gesellschaftlich determinierten Regeln, welche die Verwendung der Fotografie bestimmen, bezeichnet Peppino Ortleva als „photographische Kultur“.

Eine Betrachtung und anschließende Analyse von Pressefotos aus der NS-Zeit ist nur dann sinnvoll, wenn dies mit dem notwendigen Wissen um ihren gesellschaftlichen und politischen Hintergrund erfolgt. Im Kapitel III meiner Arbeit versuche ich daher die Pressepolitik der NS-Zeit und ihre Auswirkungen auf die Bildberichterstattung zu beleuchten.

Auch der Beruf des Bildberichterstatters und insbesondere die Auswirkungen des Schriftleitergesetzes auf Bildberichtersteller stehen im Zentrum meiner Untersuchungen.

II.2.3 Psychologische Ansätze

„Alles Sehen gehört in das Gebiet des Psychologen, und niemand kann den Schaffensprozeß oder das Kunsterleben analysieren, ohne Psychologie zu treiben.“⁵⁰
(Rudolf Arnheim)

„Ähnlich wie bei den sprachwissenschaftlichen Ansätzen, ist ein Großteil der psychologischen und vor allem der psychoanalytischen Forschung ohne den Bildbegriff nicht denkbar.“⁵¹ Berührungspunkte ergeben sich mit ethnologischen, kunsthistorischen, sozialwissenschaftlichen und kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen.

Bilder haben in der Psychologie laut Marion G. Müller eine „doppelte Funktion: Sie sind zugleich Forschungsdokumente und Forschungsinstrumente. (...) So hat der Bildbegriff in der Psychologie und Pädagogik einen theoretischen und praktischen Aspekt.“⁵²

Verallgemeinernd kann man sagen, dass sich die Psychologie vor allem mit dem Prozess der visuellen Wahrnehmung und ihrer Wirkung beschäftigt. Fragen nach der Reizaufnahme, der Verarbeitung und Speicherung der visuellen Reize und deren Wirkungsweisen stehen im Zentrum des Interesses. Und obwohl bildhaftes Denken (Imagery), als wenig bewusster Teil menschlichen Erlebens, einen grundsätzlichen Teil menschlicher Informationsverarbeitung bildet, sind auch in der Psychologie die Prozesse der Bedeutungsentnahme aus der Bildkommunikation nur wenig erforscht.

II.2.3.1 Bildwirkung

Auf Grund unserer Informationsgesellschaft leben wir in einer - von verschiedensten Eindrücken und Reizen - überfluteten Welt. Nicht zuletzt durch die Werbung werden wir geradezu mit visuellen Eindrücken bombardiert.

⁵⁰ ARNHEIM, Rudolf (1978): S. 2

⁵¹ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 165

⁵² Ebd., S. 167

Wir alle wissen, Bilder sind schnelle Schüsse ins Gehirn. Über unsere Sinnesorgane nehmen wir unsere Umwelt wahr. Aus der Fülle von Reizen wird nun ein kleiner Teil der Reize ausgefiltert und damit auch bewusst wahrgenommen. Erst nach einer neuerlichen Auswahl, abhängig von der jeweiligen subjektiver Erfahrungswelt des Einzelnen, werden die Bilder in die bereits vorhandene Assoziations-, und Erfahrungswelt integriert. Dabei hat die visuelle Kommunikation gegenüber der verbalen Kommunikation gewichtige Vorteile vorzuweisen. In einer Fülle von Informationen setzen sich visuelle Reize effektiver durch. Nur 1-2 Sekunden sind notwendig, um ein Bild in seiner gesamten Struktur zu erfassen, während man von einem Text in 1-2 Sekunden nur 5-10 Wörter erfassen kann.

Bilder werden, auch von wenig involvierten Empfängern, besonders schnell aufgenommen, können also auch entsprechend leichter verarbeitet werden und - was noch wesentlicher ist - sie werden besser und verhaltenswirksamer als verbale Mitteilungen im Gedächtnis gespeichert.

Wie aber wirken Bilder auf uns, welchen Einfluss haben visuelle Informationen auf unser Erleben und wie werden die visuellen Eindrücke verarbeitet und in unsere Erfahrung eingebaut? Wie können wir diese Fülle an Informationen überhaupt verarbeiten? Wie werden die für uns relevanten Reize ausgefiltert und welche Reize haben überhaupt das Potential gemerkt zu werden? Und, wie funktioniert „Wahrnehmen“ überhaupt? Diese Fragen beantwortet die Wahrnehmungspsychologie.

II.2.3.2 Wahrnehmungspsychologie

Die Wahrnehmungspsychologie ist ein Teilgebiet der Kognitionspsychologie.

Während die Wahrnehmungspsychologie im engeren Sinn alle psychologischen Fragestellungen der Wahrnehmung untersucht, beschäftigt sich die Kognitionspsychologie darüber hinaus auch mit der kognitiven Verarbeitung der Wahrnehmung.

Der Forschungsgegenstand der Wahrnehmungspsychologie ist der Vorgang der Wahrnehmung und dessen subjektives Ergebnis („Perzept“), denn es besteht ein erheblicher Unterschied zwischen dem, was ein Sinnesorgan eines Lebewesens erfasst, und dem, was das Lebewesen wahrnimmt.

Der komplexe Vorgang, der bei der Wahrnehmung abläuft, wird Perzeption genannt und ist einer der Untersuchungsgegenstände der Wahrnehmungspsychologie. Darunter fällt die Möglichkeit, Informationen auszufiltern, in Kategorien zu unterteilen und nach Wichtigkeit zu ordnen.

Wahrnehmung ermöglicht sinnvolles Handeln und, bei höheren Lebewesen den Aufbau von mentalen Modellen der Welt (s.u.) und dadurch antizipatorisches und planerisches Denken.

In der Biologie ist der Begriff Wahrnehmung enger gefasst und bezeichnet die Fähigkeit eines Organismus, mit seinen Sinnesorganen Informationen in Form von Reizen aufzunehmen und zu verarbeiten.

II.2.3.2.1 Das visuelle System

Eine Arbeit über das Phänomen Bild ist auch gleichzeitig eine Arbeit über das Sehen und die Rezeption visueller Eindrücke. Beim Betrachten von Bildern ist der Sehsinn derjenige Sinn, der primär angesprochen wird. Mit dem zuständigen Sinnesorgan „Auge“ werden über den Sehnerv visuelle Reize wie z.B. Helligkeit, Farbe, Kontrast, Linie, Form und Gestalt, Bewegung und Räumlichkeit aufgenommen und verarbeitet. Die biologische Voraussetzung, um Bilder zu verarbeiten, schafft das visuelle System.

II.2.3.2.2 Aufbau und Funktionsweise des visuellen Systems:

Das visuelle System ist der „(...) Teil eines Nervensystems, der mit der Verarbeitung von visueller Information beschäftigt ist. Das visuelle System umfasst das Auge mit Netzhaut (Retina), den Sehnerv, Teile des Thalamus und des Hirnstamms sowie die Sehrinde“⁵³ und ermöglicht uns die visuelle Wahrnehmung.

Visuelle Reize erzeugen auf der Netzhaut ein auf dem Kopf stehendes seitenverkehrtes Bild. Bereits hier findet eine erste Analyse (Helligkeit, Farbe, Kontrast, Bewegung) und Bearbeitung (Helligkeitsausgleich, Kontrastverstärkung) statt. Die im visuellen Reiz enthaltenen Informationen werden von den Sinneszellen der Retina (Stäbchen und Zäpfchen der Netzhaut) abstrahiert

⁵³ http://de.wikipedia.org/wiki/Visuelles_System 07/2008

und in geordneter Form über die Ganglienzellen weitergeleitet. Die Sehbahn leitet danach das Aktionspotential zum visuellen Cortex⁵⁴, der Sehrinde, weiter. Die Sehrinde ist derjenige Teil der Großhirnrinde, der die visuelle Wahrnehmung überhaupt ermöglicht. Die kortikale Verarbeitung visueller Information erfolgt über zwei Hauptbahnen: dem zum Scheitellappen verlaufenden parietalen Pfad („Wo-Strom“) und dem temporalen Pfad („Was-Strom“). Während der parietale Pfad der „Steuerung von Handlungen bzw. der Bewegungs- und Positionswahrnehmung dient, ist der temporale Pfad für das Erkennen von Objekten bzw. für die Farb-, Muster und Formwahrnehmung von besonderer Bedeutung.

Die Bedeutung der visuellen Wahrnehmung für den Menschen wird deutlich, wenn man die an der visuellen Wahrnehmung beteiligten Areale näher betrachtet: „Neben der primären Sehrinde, die etwa 15% der gesamten Großhirnrinde ausmacht, wurden bisher mehr als 30 verschiedene visuelle Areale beschrieben. Insgesamt sind etwa 60% der Großhirnrinde an der Wahrnehmung, Interpretation und Reaktion auf visuelle Reize beteiligt.“⁵⁵

Der Mensch ist ein Augentier, „(...) 85 Prozent seiner Informationen aus der Umwelt bezieht er über sein visuelles System, nur 10 Prozent über das Gehör. Geruch, Geschmack und taktiles Fühlen teilen sich den Rest.“⁵⁶ Der größte Anteil der aufgenommenen Informationen wird nicht bewusst wahrgenommen, das Gehirn als „ungeheure Informationsvernichtungsmaschine“ reduziert durch Selektion nach Interesse und Aufmerksamkeit die Informationen so, dass sie auch bewusst verarbeitet werden. Experimente der Wahrnehmungstäuschung zeigen uns, dass wir erst, wenn die Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Detail gelenkt wird, die „Figur“ oder den „Grund“ wahrnehmen können; bei oberflächlicher Betrachtung erkennen wir nur ein Muster.

Um aber Informationen überhaupt bewusst wahrnehmen zu können, muss der Rezipient bei der Reizaufnahme aktiviert sein.

⁵⁴ Der visuelle Cortex ist Teil der Großhirnrinde und wird zum visuellen System gezählt
KORTEX ist die äußere Zellschicht eines Organs

⁵⁵ GEGENFURTNER/WALTER/BRAUN: Visuelle Informationsverarbeitung im Gehirn. Abteilung allgemeine Psychologie, Justus-Liebig-Universität, Gießen.

⁵⁶ ROST, Dankwart (1987): S. 109

II.2.3.2.3 Selektive Wahrnehmung – Der Mensch als informationsverarbeitendes System

Über den Wahrnehmungsapparat wird eine Vielzahl – auch sinnloser Informationen aufgenommen. Damit eine Information bewusst wahrgenommen werden kann, muss sie zuvor ausgefiltert werden.

Die Filter des Wahrnehmungsapparates begrenzen die Zahl der bewusst aufgenommenen Informationen, aktiviert werden sie durch Aufmerksamkeit, Interesse und Neugier.

Oft strapaziert wurde das Werbewirkungsprinzip AIDA⁵⁷ (attention, interest, desire, action). Vor allem die Werbung glaubte, durch einen möglichst starken Aufmerksamkeitsreiz sich des Interesses der Kunden sicher sein zu können. Heute ist man von einem einfachen Reiz-Reaktionsmuster abgekommen, nachdem in der Gehirnforschung⁵⁸ nachgewiesen wurde, dass das menschliche Verhalten auf einem vielschichtigen Reiz-Reaktionsmuster basiert.

Hierzu gibt Dankwart Rost zu bedenken, dass die Aufmerksamkeit auch von der Situation des Rezipienten, von seiner Befindlichkeit, von seinen Interessen und dem Grad und Zustand seines Bewusstseins abhängig ist.⁵⁹ Die Wahrnehmung ist ein sehr dynamischer Prozess und für die Verarbeitung visueller Informationen ist eine intensive Gehirnleistung notwendig.

Die bewusste oder unbewusste Aufmerksamkeitszuwendung zu Bildern oder Bildelementen hängt laut Behrens von mehreren Einflussgrößen ab. Einflussgrößen, die vom Bild ausgehen, die in der Person liegen und die von der Situation selbst bestimmt werden. Das Bild wirkt auf diese Weise durch seine formale Gestaltung und seinen Inhalt, also durch das gewählte Bildmotiv.⁶⁰

II.2.3.2.4 Das Bild als „visuelles Ereignis“

Ein Bild muss ein „visuelles Ereignis“ schaffen, um auf das Blickverhalten einzuwirken. Dieses visuelle Ereignis entsteht auf Grund eines emotionalen Designs bei der Bildkomposition⁶¹. Diesen „visuellen Ereignissen“ kann sich der Betrachter kaum entziehen, sein Blick wird unbewusst auf die Bildelemente gelenkt.

⁵⁷ erstmals 1898 von Elmo Lewis in einem Verkäufermarkt beschrieben

⁵⁸ Siehe dazu auch „Geheimnisvoller Kosmos Gehirn“, PÖPPEL, Ernst (1991)

⁵⁹ Vgl. dazu ROST, Dankwart (1987): S. 111

⁶⁰ KROEBER-RIEL, Werner (1996): S. 58

⁶¹ Siehe dazu auch Kapitel IV.1. Bildgestaltung

Werner Kroeber-Riel, Direktor des Instituts für Konsum- und Verhaltensforschung der Universität des Saarlandes, **führt drei Aktivierungstechniken an:**

- **Aktivierung durch intensive Reize**
- **Aktivierung durch emotionale Reize**
- **Aktivierung durch überraschende Reize**

Die dabei erzeugte Aktivierung wirkt in doppelter Weise: „Sie sorgt für eine Hinwendung zum Bild und damit für einen mehr oder weniger intensiven Blickkontakt (Kontaktwirkung der Aktivierung). Darüber hinaus fördert die Aktivierung die Verarbeitung und Speicherung der aufgenommenen Reize (Verstärkerwirkung).“⁶²

Bei unzureichender Aktivierung kann sich ein Bild in der Bilderflut nicht durchsetzen. **Unzureichende Aktivierung entsteht durch**⁶³:

- **zu schwache oder zu kurze Aktivierung**
- **mangelhafte Bildkomposition**
- **nachteilige Nebenwirkungen auf die weitere Verarbeitung des Bildes**

Was passiert bei einer „mangelhaften Bildkomposition“?

Ist der Kontakt zum Bild nur sehr flüchtig, kann es zu einem vorzeitigen Kontaktabbruch kommen. Das Bild muss nach Werner Kroeber-Riel daher so gestaltet sein, dass – wie auch bei Texten – das Wichtigste zuerst aufgenommen wird. „Das Bild soll so gestaltet sein, dass der Blick vorrangig die für die Werbebotschaft wesentlichen Elemente aufnimmt, insbesondere Firmen- oder Markenzeichen.“⁶⁴

Ist die Aktivierung zu stark, kann es zu einer „Irritation“ der Zielgruppe kommen. Diese „Irritation“⁶⁵ zeigte sich bei der NS-Propaganda auf Grund der gleichförmigen Berichterstattung in den Medien nach den so genannten „Kampfjahren“.

⁶² KROEBER-RIEL, Werner (1996): S. 58

⁶³ Ebd., S. 109

⁶⁴ Ebd., S. 115

⁶⁵ Siehe dazu auch S. 81

II.2.3.3 Gestaltpsychologie

„Die Gestaltpsychologie erforscht die allgemeinen Zusammenhänge und Gesetzmäßigkeiten des Gestalterlebens.“⁶⁶ Die Gestaltpsychologie hat die wissenschaftlichen Grundlagen für die Wahrnehmungspsychologie bereitet, aus denen Ansätze wie die Schematheorie⁶⁷ oder die Framingtheorie hervorgegangen sind.

Für die formale Beschreibung von Fotografien sind vor allem die Gestaltgesetze von Bedeutung, die sich mit dem Aufbau und der Struktur des Bildes beschäftigen⁶⁸, wie zum Beispiel: Gleichgewicht, Gestalt, Form, Bewegung, Raum, Licht, Farbe und Spannung.

II.2.3.3.1 Die Gestaltgesetze⁶⁹ der Wahrnehmung

Gesetz der Prägnanz

Es werden bevorzugt Gestalten wahrgenommen, die sich von anderen durch ein bestimmtes Merkmal abheben (Prägnanztendenz). Jede Figur wird so wahrgenommen, dass sie in einer möglichst einfachen Struktur resultiert (= „gute Gestalt“).

Gesetz der Nähe

Elemente mit geringen Abständen zueinander werden als zusammengehörig wahrgenommen.

Gesetz der Ähnlichkeit

Einander ähnliche Elemente werden eher als zusammengehörig erlebt als einander unähnliche.

Gesetz der Kontinuität

Reize, die eine Fortsetzung vorangehender Reize zu sein scheinen, werden als zusammengehörig angesehen.

Gesetz der Geschlossenheit

⁶⁶ MÜLLER, Marion G. (): S. 171

⁶⁷ Siehe dazu auch BURKART, Roland (1992): S. 247

⁶⁸ Vgl. dazu auch die Gestaltgesetze in der Kunstgeschichte (Arnheim und Sander)

⁶⁹ Aus: <http://de.wikipedia.org/wiki/Gestaltpsychologie> 09/2009

Linien, die eine Fläche umschließen, werden unter sonst gleichen Umständen leichter als eine Einheit aufgefasst als diejenigen, die sich nicht zusammenschließen⁷⁰.

Gesetz der gemeinsamen Bewegung

Zwei oder mehrere sich gleichzeitig in eine Richtung bewegende Elemente werden als eine Einheit oder Gestalt wahrgenommen.

Gesetz der fortgesetzt durchgehenden Linie

Linien werden immer so gesehen, als folgten sie dem einfachsten Weg. Kreuzen sich zwei Linien, so gehen wir nicht davon aus, dass der Verlauf der Linien an dieser Stelle einen Knick macht.

II.2.3.3.2 Medienpsychologie

Die Massenpsychologie von Le Bon

Die Medienpsychologie befasst sich mit der Beschreibung und Erklärung des von Medien beeinflussten Erlebens und Verhaltens von Individuen. Diese recht junge Teildisziplin, die der angewandten Psychologie zugeordnet wird, hat sich schnell als eigenständiger Zweig der Psychologie etabliert.

Die Medienpsychologie stellt Fragen nach den Voraussetzungen für die Auswahl und Nutzung von Medien in Bezug auf Motivation und individuelle Kompetenz und untersucht ihre Auswirkungen auf die Rezipienten. Eine wichtige Basis der Medienpsychologie stellen Theorien zur Kommunikation und Massenkommunikation dar

Gustave Le Bon (1842-1931), Begründer der Massenpsychologie, schreibt über visuelle Kommunikation: Die Masse „(...) denkt in Bildern, und das hervorgerufene Bild löst eine Folge anderer Bilder aus, ohne jeden logischen Zusammenhang mit dem ersten. (...) Sie nimmt die Bilder, die in ihrem Bewusstsein auftauchen und sehr oft nur eine entfernte Ähnlichkeit mit der beobachteten Tatsache haben, für Wirklichkeit“.⁷¹

⁷⁰ Vgl. dazu D. Katz, Gestaltpsychologie, 1969

⁷¹ LE BON, Gustav (1939): S. 23

Seine Thesen von der „(...) Verführung der Massen durch bildhafte Inszenierungen, die Vortäuschung einer Pseudo-Authentizität und die Hervorbringung einer Scheinwirklichkeit“ sind nach Marion G. Müller „(...) auch im 21. Jahrhundert noch gängige populärwissenschaftliche Thesen.“⁷²

Und obwohl Le Bons Bildbegriff eine „vorurteilsbeladene, rein immaterielle Konzeption“ zugrunde liegt, die bislang jegliche Überprüfung in der Realität entbehrt, ist ihrer Meinung nach seine Charakterisierung visueller Kommunikationsprozesse weitgehend zutreffend. „Nicht auf die Bilder, sondern auf die von ihnen in einem spezifischen historischen Kontext abgeleiteten Interpretationen kommt es an.“⁷³

II.2.3.4 Kunstpsychologie

Aus der Nähe der Gestaltpsychologie zu kunsthistorischen Ansätzen entstand die Teildisziplin der Kunstpsychologie⁷⁴.

Unter Kunstpsychologie versteht man „(...) im Allgemeinen die Psychologie der bildenden Kunst.“ Aus psychologischer Sicht könnten alle Künste, die auf den Gesichtssinn wirken, als „(...) Rahmen für die Psychologie der bildenden Kunst vorgeschlagen werden, da diese Abgrenzung mit Hilfe der psychischen Kategorie „Optische Wahrnehmung“ erfolgt. Dabei würde das Untersuchungsfeld um die Bereiche Werbung, Film und Theater erweitert.“⁷⁵

Dabei ist die zentrale Aufgabe der Kunstpsychologie nicht, die Grenzen der Kunst zu suchen und zu definieren. In der Kunstpsychologie kommt es nicht auf die Qualität des Kunstwerkes, sondern auf **die Wirkung auf den Betrachter** an.

„Da ein weniger qualitätvolles Werk manchmal nicht anders wirkt als ein qualitätvolles Kunstwerk, kann sich die Psychologie über die Grenzen des Kunstbegriffs hinwegsetzen (...). Insofern ist Kunstpsychologie die Psychologie visueller Gestaltung in Kunst und Kommunikationsdesign.“⁷⁶

Für die Forschung von Interesse sind, wie bereits oben erwähnt, aber nicht nur die Vorgänge und Aspekte der Wahrnehmung und die Reaktion bzw. die

⁷² MÜLLER, Marion G. (2003): S. 167

⁷³ Ebd., S. 167

⁷⁴ Vgl. dazu auch GOMBRICH, SCHUSTER, ARNHEIM, etc

⁷⁵ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 167

⁷⁶ SCHUSTER, Martin (1992): S. 11

Verarbeitung des Kunstwerkes (Bildes) durch den Betrachter, sondern auch die Frage nach der Entstehung des Werks und der Persönlichkeit des Künstlers.

Anwendungsbereiche der Kunstpsychologie

„Kunst und visuelle Gestaltung stehen auch (...) im Dienst der gezielten Kommunikation (Kommunikationsdesign) von Werbebotschaften.“⁷⁷ In der es darum geht, zu aktivieren, Stimmungen zu erzeugen und diese mit bildnerischen Elementen zu verbinden, um eine Botschaft bildhaft zu übermitteln. Durch die visuellen Reize von Bildern können emotionale und instinktive Bereitschaften ausgelöst werden.

„Sexuelle oder Kampfstimmungen, Verehrung oder Essbereitschaft, all das wird durch visuelle Elemente der Umwelt gesteuert. Insofern greifen Bilder und Farben „magisch“, also ohne dass bewusste Prozesse beteiligt wären, in unsere Stimmungen und Gefühle ein und können ebenso wie in der Werbung oder in der religiösen Kunst auch zur Manipulation von Stimmungen und Gefühlen eingesetzt werden.“⁷⁸

Diese unbewussten Reaktionen können laut Steffen Peltsch ein „Einlassstor für Manipulation“ werden. Politische Propaganda funktioniert, seiner Meinung nach, nämlich genau so⁷⁹: indem Bilder mit Signets oder Markenzeichen gekoppelt werden und die gewünschte Reaktion durch Wiederholung konditioniert wird.

II.2.3.5 Fotografie und Wahrnehmung

Vom technischen Standpunkt aus gesehen kann man sagen, dass die Fotografie Realität abbildet. Wie aber wird ein Foto wirklich wahrgenommen?

„Die Wahrnehmung wird einerseits von unserer persönlichen Erfahrung und andererseits durch die Medien beeinflusst, das Sehen entsteht also nicht allein aus dem Objekt, sondern aus einer Kombination der visuellen Information und Erwartung.“⁸⁰

Im Unterschied zu unserer Wahrnehmung hebt das Foto “(...) etwas von der Selektivität der menschlichen Wahrnehmung auf, weil in dem kleinen Feld des

⁷⁷ SCHUSTER, Martin (1992): S. 13

⁷⁸ Ebd., S. 14

⁷⁹ Vgl. dazu PELTSCH, Steffen (1997): S. 81

⁸⁰ SCHUSTER, Martin (1996): S. 23

Scharfsehens eine ganze Szene zusammengefasst ist, weil Tiefenstrukturen wegfallen, die der selektiven Wahrnehmung ein Filtern erlauben⁸¹. Es erleichtert also das Wahrnehmen.

Buddemeier spricht in diesem Zusammenhang von einer “leichten Wahrnehmung”. Dafür müssen folgende Kriterien erfüllt sein⁸²:

Erleichterung durch eine Tiefenebene: Alle Objekte liegen in einer Schärfenebene, es sind keine unterschiedlichen Fokussierungen durch das Auge mehr notwendig.

Erleichterung durch Verkleinerung: Alle Gestaltungselemente des Bildes können auf einmal erfasst werden.

Beschränkung auf einen Sinneskanal: Durch die Beschränkung der Wahrnehmung auf einen Sinneskanal wird das schnelle Erfassen erleichtert.

Der privilegierte Beobachter: Der Betrachter eines Bildes ist nicht in das dargestellte Geschehen involviert.

Günstiger Ausschnitt: Gezeigt wird, was gezeigt werden soll. Zum Beispiel wurde bei schlecht besuchten Veranstaltungen der Ausschnitt der anwesenden Besucher so eng gewählt, dass der Eindruck einer großen Menschenmenge entstand.

Wegfall sozialer Hemmungen: Durch die Distanz des Betrachtens entsteht keine Hemmung “etwas anzustarren”.

Selbstbestimmte Betrachtungsdauer: Das Bild steht so lange zur Verfügung, wie es der Betrachter möchte.

Beruhigung in der peripheren Wahrnehmung. Das Foto liegt im Bereich des Scharfsehens, dadurch gibt es kein Verschwimmen der Objekte am Rand des Wahrnehmungsfeldes.

⁸¹ SCHUSTER, Martin (1996): S. 26

⁸² BUDDEMEIER, Renate (1982): S. 47

II.2.3.5.1 Das Bildgedächtnis

Die ersten experimentellen Studien zum Thema Bildgedächtnis gibt es seit 1894. Großes Interesse am „Bildgedächtnis“ hatte die ausschließlich behavioristisch orientierte Psychologie. In zahlreichen Studien wurde gezeigt, dass Bilder besser als Sätze, besser als Beschreibungen und besser als Namen behalten werden können.

Ganz allgemein kann man davon ausgehen, dass die Rekognition und Reproduktion bei Bildern besser als bei Worten funktioniert. Dabei werden aber Details schlechter erinnert als Farben und die räumliche Orientierung der Bildinhalte.

Die Überlegenheit des Gedächtnisses kommt daher, dass Bilder mehr Assoziationen mit der kognitiven Struktur bilden. Das heißt, dass Bilder nicht nur bedeutungsbezogener und intensiver verarbeitet, sondern auch multipler enkodiert werden, entsprechend leichter fällt es dadurch, bereits gespeichertes Bildmaterial abzurufen.

II.2.3.5.2 Emotionen und Erinnerungen

Die über das visuelle System aufgenommenen und verarbeiteten Reize gehen nicht verloren, sie werden langfristig abgespeichert und können für die Wahrnehmungsprozesse und Verhaltenssteuerung genutzt werden.

„Erinnerungen sind immer eine Komposition aus den Gefühlen, den Körperempfindungen und den Gedanken, die man in einer bestimmten Situation hatte, sowie den Bedeutungen der Aktionen.“⁸³

Vor allem emotional bedeutsame Ereignisse („flashbulb memories“) werden bildhaft erinnert. Einige Erinnerungen an wichtige Ereignisse funktionieren so, dass man sich in der Art eines Fotos erinnert, mit wem man zum Zeitpunkt des Ereignisses zusammen war beziehungsweise wo man sich gerade aufgehalten hat. Durch diesen „now-print“-Mechanismus prägen sich „(...) alle Informationen der (biologisch wichtigen) Situation“⁸⁴ sofort in unser Gedächtnis ein.

Nach Schuster hat dieser Umstand Konsequenzen für die Verarbeitung von Fotografien vergangener Ereignisse, weil fotografierte Ereignisse – da sie als Bilder immer wieder betrachtet werden können - stärker als nicht fotografierte Ereignisse bildhaft erinnert werden.

⁸³ SCHUSTER, Martin (1996): S. 67

⁸⁴ Ebd., S. 67

Das Foto als retrieval cue

Die Fotografie kann bildhafte Erinnerungen sichtbar machen, indem sie über die Fotografie kommunizierbar werden. Laut Schuster rufen alte Fotografien nicht nur Erinnerungen, sondern auch psychische Prozesse (Nachempfinden von Gefühlen, Emotionen) auf. Dies funktioniert auch, wenn der Betrachter selbst bei dem gezeigten Ereignis nicht anwesend war.

„Die Fotografie befreit also die bildhaften Erinnerungen aus ihrer Isolation, indem sie über ein Foto kommunizierbar werden. (...) Insofern ist die Fotografie ein technisches Instrument, das die Möglichkeit des Denkens verändert hat und zur Bewusstseinsweiterung beiträgt.“⁸⁵

Die Fotografie erweitert unsere Kommunikationsfähigkeit um die bildhafte Darstellung von Erlebtem.

Phänomen der Hypermnesie

1974 beschrieben Erdely und Becker das Phänomen der Hypermnesie für Bilder. Bei diesem Phänomen werden Bildinformationen nach dem Lernen bei mehrmaligem Abrufen (allerdings ohne Korrektur) besser erinnert als beim ersten Abrufversuch. Dies bedeutet, dass das Gedächtnis für Bilder nicht schlechter, sondern mit der Zeit sogar besser wird.

Durch Bilder wird das Erlebte langsamer vergessen, rund um Fotos bleiben die Erinnerungen bestehen, die noch lange Zeit danach die Emotionen des Ereignisses wachrufen können.

Laut Schuster ist es daher vorstellbar, dass die Fotografie unsere Wahrnehmung historisch verändert.

Erinnerungen an Fotos können - vor allem nach längerer Zeit - mit der Realität verwechselt werden, weil auf Grund der Vernetzung der Erinnerungen mit den Bildern die Ereignisse in unserer Erinnerung verschmelzen. Gesehene Bilder werden daher zu Teilen unserer Erfahrung und in die reale Welt integriert.

⁸⁵ SCHUSTER, Martin (1996): S. 17

II.2.4 Kunsthistorische Ansätze

*„Die **Kunstgeschichte** oder **Kunstwissenschaft** ist die Wissenschaft von der historischen Entwicklung der bildenden Künste und ihrer ikonographischen, ikonologischen wie auch materiellen Bestimmung. Sie untersucht und beschreibt ebenso die kulturelle Funktion der Kunst hinsichtlich ihrer künstlerisch-anschaulichen Gegebenheiten, wie auch den Schaffensprozess des Künstlers.“⁸⁶*

Für den Bildwissenschaftler Klaus Sachs-Hombach, Professor der Philosophie an der TU Chemnitz, ist die Kunstgeschichte „(...) die Disziplin mit den umfassendsten Kenntnissen der unterschiedlichen Bildtypen, Bildformen und Bildverwendungen.“⁸⁷ Die Kunstwissenschaft hat mit ihren „(...) ikonographischen und ikonologischen Beschreibungskategorien ein umfangreiches Methodenrepertoire sowohl zur Interpretation konkreter Bilder wie zum Verständnis spezifischer Bildfunktionen und Bildverwendungen entwickelt, das auch auf aktuelle Bildphänomene angewendet werden kann.“⁸⁸

Für Marion G. Müller ist die Kunstgeschichte *die* „visuelle Leitwissenschaft“⁸⁹, aus deren verschiedensten Forschungsansätzen – vor allem aus der Perspektive der visuellen Kommunikationsforschung - die von Erwin Panofsky weiterentwickelte ikonologische Methode den vielversprechendsten und anschlussfähigsten Ansatz unter den kunsthistorischen Zugangsweisen darstellt.

II.2.4.1 Ikonografie

*„Die Ikonografie ist der Zweig der Kunstgeschichte, der sich mit dem **Sujet** (Bildgegenstand) oder der **Bedeutungsdimension** von Kunstwerken im Gegensatz zu ihrer **Form** beschäftigt.“⁹⁰*

Der Ausdruck Ikonografie (v. Grch.: ikon, Bild) bezeichnet eine wissenschaftliche Methode der Kunstgeschichte, die sich mit der Beschreibung und Klassifizierung von Bildern (images) beschäftigt.

⁸⁶ Aus: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kunstgeschichte> 09/2009

⁸⁷ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 17

⁸⁸ Ebd., S. 16

⁸⁹ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 243

⁹⁰ PANOFKY, Erwin (2006): S. 33

Das Suffix „graphie“ leitet sich vom griechischen Verb „graphein“ (schreiben) ab, es impliziert eine „(...) rein deskriptive, häufig sogar statische Verfahrensweise.“⁹¹ Erforscht werden Inhalt und Symbolik der Bildgegenstände unter Berücksichtigung von zeitgenössischen literarischen Quellen der Philosophie, Dichtung und Theologie, die auf die jeweiligen Motive und ihre Darstellungsweise Einfluss hatten.⁹²

II.2.4.2 Das Bild als Quelle vergangener Realitäten

Standen früher nur die ästhetischen und künstlerischen Qualitäten im Mittelpunkt des Interesses der Forschung, so rückten immer mehr Aussage, Motiv und Bedeutung des Bildes in den Vordergrund, die Bilder wurden zu „Quellen für vergangene Realitäten“⁹³.

„Dadurch veränderte sich der **„Quellencharakter der Bilder“** und ihnen wurde nun weitaus mehr Aussagekraft zugetraut. (...) Damit war der erste Schritt getan, die Kulturwissenschaft und die Ikonografie als ihre Methode zu einer, wenn auch noch stark historisch motivierten, so aber dennoch zu einer Wirklichkeitswissenschaft zu machen.“ Eine Wirklichkeitswissenschaft, mit transdisziplinärer Ausrichtung.

Die Geschichte der Ikonografie als Lehre von den Bildgehalten reicht mindestens bis ins 18. Jahrhundert zurück. Sie wurde Anfang des 20. Jahrhunderts im Warburger Institut vor allem von Aby Warburg (1866-1929), dem Begründer der fächerübergreifenden kulturwissenschaftlichen Bibliothek Warburg, weiterentwickelt.

Mit dem Tod Warburgs 1929 geriet die Bildwissenschaft in Vergessenheit. Erst in den 1990er-Jahren kam es durch die „Politische Ikonografie um Martin Warnke zu einer Renaissance der Ikonografie.

Das Revolutionäre an der Forschung des Warburg-Kreises⁹⁴ lag nicht nur in ihrer fundamentalen Erweiterung des Bildbegriffs⁹⁵, sondern vor allem in ihrer interdisziplinären Beschäftigung mit der Welt der Bilder.

⁹¹ PANOFSKY, Erwin (2006): S. 41

⁹² Aus: <http://de.wikipedia.org/wiki/Ikonografie>, 10/2007

⁹³ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 249

⁹⁴ Neue Impulse durch den Iconic Turn

⁹⁵ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 249

Zur Bildbeschreibung hat Erwin Panofsky die Ikonografie als deskriptive Methode entwickelt, an die ihre Interpretationsmethode, die Ikonologie anknüpft.

Auch wenn seine Methode der Bildbeschreibung heute als *die* wichtigste Methode in der Kunstgeschichte gilt, (...) hat Panofsky sie bereits in der Tradition Aby Warburgs als Methode *der Bildwissenschaft* entwickelt“ und lässt sich, „(...) auf Grund ihrer Trennschärfe auch auf den Bildjournalismus anwenden“⁹⁶

II.2.4.3 Das Dreischrittschema von Erwin Panofsky⁹⁷

Das in den 30er Jahren von Erwin Panofsky - Kunsthistoriker und Begründer der Ikonologie - entwickelte Dreischrittschema unterscheidet drei Stufen bei der Beschreibung und Inhaltsdeutung von Kunstwerken, nämlich: Beschreibung, Analyse und Interpretation, ohne Berücksichtigung produktionsgeschichtlicher und rezeptionsästhetischer Aspekte.⁹⁸

Gegenstand der Interpretation	Akt der Interpretation	Ausrüstung für die Interpretation	Korrektivprinzip der Interpretation
I Primäres oder natürliches Sujet	Vor-ikonographische Beschreibung (und pseudo- formale Analyse)	Praktische Erfahrung	Stil-Geschichte (Einsicht in die Art und Weise, wie unter wechselnden historischen Bedingungen Gegenstände und Ereignisse durch Formen ausgedrückt wurden)
II Sekundäres oder konventionales Sujet, das die Welt von Bildern, Anekdoten und Allegorien bildet	Ikonographische Analyse	Kenntnis literarischer Quellen (Vertrautheit mit bestimmten Themen und Vorstellungen)	Typen-Geschichte (Einsicht in die Art und Weise, wie unter wechselnden historischen Bedingungen bestimmte Themen oder Vorstellungen durch Gegenstände und Ereignisse ausgedrückt wurden)
III Eigentliche Bedeutung oder Gehalt, der die Welt „symbolischer“ Werte bildet	Ikonologische Interpretation	Synthetische Intuition (Vertrautheit mit den wesentlichen Tendenzen des menschlichen Geistes), geprägt durch persönliche Psychologie und „Weltanschauung“	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)

⁹⁶ GRITTMANN, Elke in WIRTH, Werner (1992), S.272

⁹⁷ PANOFSKY, Erwin (2006): S. 57

⁹⁸ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 251

Erwin Panofsky gibt zu bedenken, dass sich die von ihm in dieser Tabelle „säuberlich geschiedenen Kategorien (...) in Wirklichkeit auf Aspekte eines Phänomens beziehen, nämlich auf das Kunstwerk als Ganzes, so dass bei der eigentlichen Arbeit die Zugangsmethoden, die hier als drei unzusammenhängende Forschungsoperationen erscheinen, miteinander zu einem einzigen organischen und unteilbaren Prozeß verschmelzen.“⁹⁹

Dabei hängen „Identifizierungen und Interpretationen von der subjektiven Ausrüstung des Forschenden ab und müssen aus diesem Grund durch eine Einsicht in historische Prozesse ergänzt und korrigiert werden.

II.2.4.4 Ikonografie versus Ikonologie

Der Unterschied zwischen Ikonografie¹⁰⁰ und Ikonologie liegt in der Reichweite der angewandten Methode. „Denn wie das Suffix >graphie< etwas Deskriptives bezeichnet, so benennt das Suffix >logie< – abgeleitet von *logos*, das >Denken< oder >Vernunft< bedeutet – etwas Interpretatorisches. (...)“ Marion G. Müller versteht Ikonologie als eine „ins Interpretatorische gewandte Ikonographie“¹⁰¹

Der eigentliche Gehalt eines Kunstwerkes

Die Ikonografie als

„rein deskriptive, häufig sogar statistische Verfahrensweise (..) ist eine begrenzte und gewissermaßen dienende Disziplin, die uns darüber informiert, wann und wo bestimmte Themen durch bestimmte Motive sichtbar gemacht wurden.“ (...) indem sie all das tut, ist die Ikonographie eine unschätzbare Hilfe für die Feststellung von Datierungen, Herkunftsorten und gelegentlich auch der Echtheit; und sie liefert die notwendige Grundlage für jede weitere Interpretation.“¹⁰²

Die Ikonografie sammelt und klassifiziert das Material. Sie hält sich aber nicht für verpflichtet beziehungsweise berechtigt, die Entstehung und Bedeutung dieses

⁹⁹ PANOFSKY, Erwin (2006): S. 56

¹⁰⁰ Die Ikonologie ist in den 20er und 30er Jahren entstandene Forschungsrichtung der Kunstgeschichte, die in Ergänzung zur wertindifferenten Methode der Formanalyse und der Ikonographie die symbolischen Formen eines Kunstwerks deutet.

¹⁰¹ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 257

¹⁰² PANOFSKY, Erwin (2006): S. 41

Materials zu erforschen. Das Wechselverhältnis zwischen den verschiedenen Typen und zwischen verstandesmäßig fassbaren Begriffen und der sichtbaren Form, der Einfluss theologischer, politischer oder philosophischer Ideen bleiben ebenso unberücksichtigt, wie die Absichten des Künstlers und der Mäzene.

„Kurzum die Ikonographie erörtert nur einen Teil all jener Elemente, die in den eigentlichen Gehalt eines Kunstwerkes eingehen und die dargelegt werden müssen, soll die Wahrnehmung dieses Gehaltes deutlich und mitteilbar werden.“¹⁰³

„Die Entdeckung und die Interpretation dieser „symbolischen Werte“ (die dem Künstler selber häufig unbekannt sind und die sogar entschieden von dem abweichen können, was er bewusst auszudrücken suchte) ist der Gegenstand dessen, was wir, im Gegensatz zur „Ikonographie“, „Ikonologie“ nennen können.“¹⁰⁴

Erwin Panofsky stand dem *Warburg-Institut* sehr nahe und gilt zusammen mit dem Kunsthistoriker Aby Warburg¹⁰⁵ als einer der Ersten, die eine systematische Lehre dieser Methode (Ikonologie) vorlegten.

Erwin Panofsky, der zusammen mit Fritz Saxl und Ernst Cassirer die Hamburger kunsthistorische Schule begründete, schlug vor, die Ikonologie überall dort wieder aufleben zu lassen, wo die Ikonografie mit anderen Methoden (psychologischen, historischen, kritischen) vereinigt wird, um den Gehalt eines Kunstwerkes wahrnehmen zu können.

Sein hauptsächliches Interesse galt der Erforschung der Bedeutung in der Kunst, womit nicht nur der dargestellte Inhalt, sondern auch seine jeweils zeitgenössische Rezeption gemeint war, also das Verstehen des historischen Kontextes und daher auch der gewählten Formen und Motive. Damit setzte sich Erwin Panofsky von der damals noch vorherrschenden Herangehensweise der Kunstgeschichte ab, die mittels Stilkritik in erster Linie eine formale, qualitative, zuschreibungsorientierte und chronologische Einordnung ihrer historischen Gegenstände betrieb.

¹⁰³ PANOFSKY, Erwin (2006): S. 42

¹⁰⁴ Ebd., S. 41

¹⁰⁵ Neben Freud, Nietzsche und Weber einer der bedeutenden Anreger der Geisteswissenschaft im 19. Jahrhundert

Die **Ikonologie ist eine Interpretationsmethode**, die nicht aus der Analyse, sondern aus der Synthese hervorgeht und

„(...) wie die korrekte Feststellung von Motiven die Voraussetzung ihrer korrekten ikonographischen Analyse ist, so ist die korrekte Analyse von Bildern, Anekdoten und Allegorien die Voraussetzung für ihrer korrekte ikonologische Interpretation.“¹⁰⁶

Der Gehalt von Bildern kann nach dem Soziologen und Publizisten Siegfried Kracauer nur durch eine „ganzheitliche Methode erfasst werden, die eben nicht zwischen Form und Inhalt, zwischen scheinbarer Oberfläche und tiefgründigem Sinn trennt. Die wahre ikonologische Methode besteht in der Kunst des Pendelns zwischen oberflächlicher Textur und verstecktem Bedeutungsgehalt.“¹⁰⁷

II.2.4.5 Die Kunstwissenschaft als *die* Bildwissenschaft

Die Kunstwissenschaft war lange Zeit die einzige akademische Disziplin, die Bilder nicht nur illustrativ oder instrumentell eingesetzt hat, sondern die Bilder auch „(...) unter Anerkennung ihres fiktionalen oder imaginären Anteils ins Zentrum der wissenschaftlichen Reflektion gestellt hat.“¹⁰⁸

Als Begründer einer kunsthistorischen Bildwissenschaft gilt neben Erwin Panofsky der durch die Ausdehnung des ikonologischen Bildbegriffs auf kommerziell produzierte Bilder die Kunstwissenschaft in Richtung einer „Bildwissenschaft“ gelenkt hat – auch Aby Warburg.

Die Frage, wie sich die Kunstgeschichte zu einer allgemeinen Bildwissenschaft stellen soll, wird laut Steffen Bogen, wissenschaftlicher Assistent im Fach Kunstwissenschaft/Kunstgeschichte an der Universität Konstanz, im Fach selbst kontrovers diskutiert.

¹⁰⁶ PANOFSKY, Erwin (2006): S. 43

¹⁰⁷ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 258

¹⁰⁸ BOGEN, Steffen (2005): S. 52ff

Bogen unterscheidet dabei 3 Grundpositionen¹⁰⁹:

1. Die Gruppe der kunsthistorischen Bildwissenschaftler:

Sie begreifen die Kunstwissenschaft selbst als allgemeine Bildwissenschaft.

2. Die Gruppe der bildwissenschaftlichen Kunsthistoriker:

Sie erachten die Bildthematik – ähnlich der ersten Gruppe – für eine grundlegende Fragestellung der Kunstwissenschaft. Allerdings zielt ihr Ansatz nicht darauf ab, „(...) die Frage nach der Kunst durch die Frage nach dem Bild zu ersetzen“¹¹⁰

3. Die Gruppe der klassischen Kunsthistoriker:

Für sie ist die „Bildthematik nur ein Anwendungsfall und *eine* Fragestellung der Disziplin Kunstgeschichte unter vielen.“¹¹¹

Dass die Kunstwissenschaft für sich nicht schon *die* Bildwissenschaft ist, obwohl sie „(...) ohne Zweifel, die Disziplin mit den umfassendsten Kenntnissen der unterschiedlichsten Bildtypen, Bildformen und Bildverwendungen ist“¹¹², ergibt sich, laut Klaus Sachs-Hombach, unter anderem daraus, „(...) dass eine Bildwissenschaft über die Deskription, Interpretation oder auch Bewertung hinaus ebenfalls die empirischen, kausalen Zusammenhänge der Phänomene beschreiben können sollte“.

¹⁰⁹ BOGEN, Steffen (2005): S. 54

¹¹⁰ Ebd., S. 54

¹¹¹ Ebd., S. 55

¹¹² SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 16

II.2.5 Sprachwissenschaftliche und zeichentheoretische Ansätze

II.2.5.1 Die Semiotik – eine Begriffsdefinition

Der Begriff „Semiotik“ geht auf die griechischen Etyma „Zeichen“ und „Signal“ oder „Zeichen“ zurück und wird als "Die Wissenschaft von den Zeichen"¹¹³ bezeichnet.

„Die Semiotik oder auch Semiologie unterscheidet sich von sprachwissenschaftlichen Ansätzen durch einen weiter gefassten Begriff des Zeichens, der Sprache ebenso umfasst wie andere Ausdrucksmittel.“¹¹⁴ Sie ist eine der einflussreichsten Theorieansätze des 20. Jahrhunderts und interdisziplinär ausgerichtet.

Die Semiotik ist dabei die allgemeine Theorie der (im weitesten Sinn) sprachlichen Zeichen, die als Mittel des Austausches, der Speicherung und der Verarbeitung von Information dienen. Zeichen sind materielle Gebilde, die über sich hinaus auf den bezeichneten Gegenstand weisen, also Signal und Information beinhalten“.¹¹⁵

II.2.5.2 Die wichtigsten Vertreter der Semiotik

Neben den Begründern der Hauptrichtung der neueren Semiotik wie: Morris (1901–1979), Pierce (1839–1914), Saussure (1857–1913) und Hjelmslev (1899–1965) gibt es noch weitere Zeichentheoretiker, die zu den „Klassikern“ der modernen Semiotik zu rechnen sind, wie: Roland Barthes, Umberto Eco, Bentele und Martin Krampen.

Die Semiotik unterscheidet zwei Hauptströmungen, die allgemein zeichentheoretisch orientierte Semiotik (Pierce, Morris) und die linguistisch-strukturalistische Richtung (Saussure).

¹¹³ NÖTH, Winfried (2000): S. 85ff

¹¹⁴ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 159

¹¹⁵ GORDESCH, Johannes/SALZWEDEL, Hartmut (1993): S. 33

II.2.5.3 Die allgemein zeichentheoretisch orientierte Semiotik

II.2.5.3.1 Charles Sanders Peirce

Peirce, Charles Sanders (1839-1914), Philosoph, Logiker, Naturwissenschaftler und Philologe gilt als Begründer der modernen allgemeinen Semiotik. Seine Zeichentypologie wurde später zum festen Bestandteil der strukturalistischen Zeichentheorie und seine universalistische Zeichentheorie ist heute als allgemeines Fundament der Semiotik anerkannt.

Ausgangspunkt seiner Zeichentheorie ist die These¹¹⁶, dass alles Denken notwendigerweise in Zeichen erfolgt; da nun jeder Gedanke ein Zeichen ist und Leben aus einer Folge von Gedanken besteht, ist für Peirce sogar der Mensch selbst ein Zeichen.

Die triadische Zeichenrelation nach Peirce

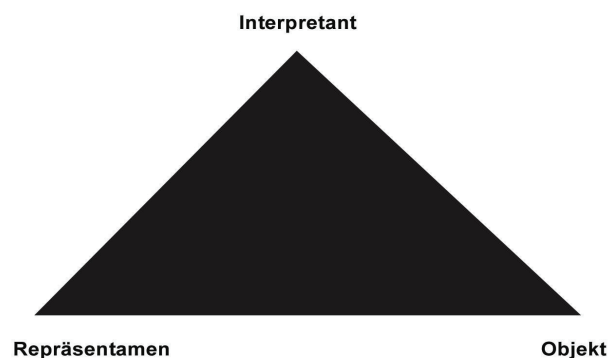


Abbildung 3 – Triadische Zeichenrelation nach Peirce

Ein Zeichen bildet eine triadische Relation, die zwischen dem Zeichen (Repräsentamen), seinem Objekt und seiner Bedeutung (dem Interpretanten) besteht.¹¹⁷

Peirce geht von einem dreiteiligen System aus, welches er Semiosis nennt.

Die Semiosis ist ein Prozess, der drei Instanzen umfasst: das Zeichen (Sign, Repräsentamen), sein Objekt und den Interpretanten¹¹⁸ (Bedeutung, Vorstellung).

¹¹⁶ NÖTH, Winfried (2000): S. 35

¹¹⁷ Ebd., S. 37ff

¹¹⁸ Interpretent, ist die das Zeichen interpretierende Person

Der Interpretant ist das dem Objekt äquivalente Zeichen, das im Geist desjenigen entsteht, der das Zeichen wahrnimmt.

„Die Kernthese der Semiotik besteht somit in einem triadischen Verhältnis zwischen dem Zeichenmittel (M), das sich auf Objekt (O) bezieht, welches von einem Dritten, dem Interpretanten (I), als in dieser Beziehung interpretiert wird.“¹¹⁹

Das erste Korrelat ist das Zeichen (Repräsentamen), das „für jemanden in einer gewissen Hinsicht oder Fähigkeit für etwas steht“. Das Zeichen als solches bildet keine Klasse von Objekten, sondern es entsteht nur im Bewusstsein eines Interpreten, der die Relation herstellt. Das zweite Korrelat des Zeichens, das Objekt (Referent oder Denotat des Zeichens), beschränkt sich nicht nur auf materielle, sondern umfasst auch imaginäre Objekte. „(...) das Objekt ist das Korrelat der Erfahrung, seine Kenntnis ist Voraussetzung für das Verstehen eines Zeichens“¹²⁰ Der Interpretant oder auch die Bedeutung eines Zeichens ist „(...) die Wirkung des Zeichens im Bewusstsein eines Interpreten.“¹²¹

Die Semiologie stellt somit kein Einzelphänomen in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses, (..) sie bezieht sich vielmehr auf die Erforschung eines Prozesses mit drei unbekannten Variablen;¹²² und damit ist laut Marion G. Müller eine der herausragendsten Leistungen der Semiologie zugleich auch ihre größte Schwachstelle. Problematisch sind die Begriffe der triadischen Zeichenrelation deshalb, weil sie einerseits sehr abstrakt gefasst sind und andererseits sehr unterschiedliche Bedeutungen und Wertigkeiten transportieren.

An die von einem analytischen Universalitätsanspruch ausgehende Zeichentheorie von Pierce, knüpft unmittelbar der behavioristische Ansatz von Morris an.

II.2.5.3.2 Charles William Morris

Morris, Charles William (1901-1979) gilt als bedeutendster Vertreter der Semiotik des 20. Jahrhunderts. Neben seiner allgemeinen Zeichentheorie ist vor allem seine semiotische Ästhetik von großer Bedeutung.

¹¹⁹ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 155ff

¹²⁰ NÖTH, Winfried (2000): S. 37

¹²¹ Ebd., S. 38

¹²² MÜLLER, Marion G. (2003): S. 159

Er unterscheidet drei Teilgebiete der Semiotik: die Syntaktik, die Semantik und die Pragmatik, wobei diese Bereiche durch ihre Beziehungen zwischen den Zeichen, der Zeichenbedeutung und den Benutzern der Zeichen in einer bestimmten Situation definiert werden:

Die drei Teilgebiete der Semiotik nach Morris:

Die Syntaktik (Zeichen ↔ Zeichen)

Die Syntaktik beschäftigt sich mit den Eigenschaften und formalen Beziehungen der Zeichen. „Sie untersucht die Syntax, die Regeln der sinnvollen Kombination bzw. Relation der Zeichen zueinander (...) ihr Ziel ist es, die Regeln dieser Zeichenkombinationen zu inventarisieren und in einer Grammatik geordnet zu sammeln.“¹²³

Die Semantik (Zeichen ↔ Bedeutung)

Die Semantik beschäftigt sich mit der Bedeutung der Zeichen (was durch die Zeichen mitgeteilt wird) „Die Regeln der Generierung von Zeichen, deren intentionaler Gebrauch nach semantischen Regeln und die Untersuchung der dieser Regeln ist die Forschungsaufgabe der Semantik.“¹²⁴

Die Pragmatik (Zeichen ↔ Benutzer und Situation)

Die Pragmatik beschäftigt sich mit der Wirkung der Zeichen auf ihre Benutzer (Sender, Empfänger), Beschreibung kommunikativer Prozesse und untersucht die Normen des Zeichengebrauchs.

II.2.5.4 Die linguistisch-strukturalistische Richtung

II.2.5.4.1 Louis Hjelmslev

Hjelmslev, Louis (1899-1965) gilt als Begründer einer radikal strukturalistischen Linguistik mit dem Charakter einer allgemeinen Zeichentheorie.

Als „Nachfolger beziehungsweise Vollender der linguistischen Semiotik von Saussure“ und Begründer der Glossematik ist sein Einfluss auf die französische und italienische Semiotik (Eco, Barthes, Greimas) auf verschiedensten Gebieten der Semiotik des Films (Metz), der Werbung (Barthes), des Theaters (Jansen) deutlich zu erkennen.

¹²³ KLUWE, Vincent (1982): S. 48

¹²⁴ NÖTH, Winfried (2000): S. 38

Im Mittelpunkt seiner Zeichentheorie steht die Sprache, die „(...) formal als ein semiotisches System von Abhängigkeiten definiert und in einem viel weiteren Sinn als nur demjenigen der natürlichen Sprache zu verstehen ist. Gegenstand der glossematischen Analyse ist nämlich nicht nur die natürliche Sprache, sondern jedes Zeichensystem, das der Sprache analog ist.“¹²⁵

Das Glossematische Zeichenmodell von Hjelmslev¹²⁶

Die Glossematik ist eine „(...) formale, abstrakte und rein systemimmanent vorgehende Semiotik, ohne eine pragmatische Dimension.“¹²⁷

Inhaltsmaterie (IM)
Inhaltssubstanz (IS)
Inhaltsform (IF)
Ausdrucksform (AF)
Ausdruckssubstanz (AS)
Ausdrucksmaterie (AM)

Abbildung 4 – Glossematisches Zeichenmodell von Hjelmslev

Im Kern hat dieses Modell eine bilaterale Struktur, Hjelmslev bezeichnet die zwei Seiten des Zeichens „Ausdrucksebene“ und „Inhaltsebene“. Sie entsprechen dem Saussureschen Signifikanten und Signifikat und bilden das Zeichen im engeren Sinne. Durch die zusätzliche Unterscheidung in Form und Substanz werden daraus vier Schichten des Zeichens.

„Zeichen beruhen für Hjelmslev (...) auf einer Relation der Solarität, d.h. der gegenseitigen Voraussetzung, zwischen Ausdruck und Inhalt: Kein Ausdruck kann ohne einen Inhalt bestehen und umgekehrt. Diese Relation nennt Hjelmslev die Zeichenfunktion.“¹²⁸

II.2.5.4.2 Ferdinand de Saussure

Saussure, Ferdinand de (1857-1913) gilt als Begründer der modernen Linguistik. Die „strukturellen Prinzipien seiner Sprachtheorie bilden darüber

¹²⁵ NÖTH, Winfried (2000): S. 69

¹²⁶ siehe Kapitel „Die glossematisch orientierte Fotosemiotik“

¹²⁷ NÖTH, Winfried (2000): S. 68

¹²⁸ Ebd., S. 73

hinaus die allgemeine Grundlage des geistes-wissenschaftlichen Strukturalismus.“¹²⁹

Saussure erklärt Sprache als ein System von Zeichen, welches fähig ist, Ideen auszudrücken. Aus dem Saussuerschen „Projekt einer zukünftigen Zeichenwissenschaft“ ging die Semiologie, abgeleitet vom griechischen Wort *semeion* („das Zeichen“) hervor, die sich mit dem Umgang mit Zeichen in der Gesellschaft beschäftigt.

Saussures¹³⁰ Einfluss auf die Entwicklung der Semiotik ist weiterhin umstritten. Während ihn die einen nur als Vorläufer oder Initiator der Semiotik sehen, gilt er in den romanischen Ländern als eigentlicher Begründer der Semiotik. Und obwohl Nöth Saussures substantiellen Beitrag zur Entwicklung der allgemeinen Zeichentheorie als gering einschätzt - „(...) seine Bedeutung für die Semiotik ist nicht systematischer, sondern heuristischer Art“¹³¹ - erkennt er jedoch die wissenschaftsgeschichtliche Wirkung seines Semiologieprojektes auf diesem indirekten Weg an.

Saussure stellt zwei Aspekte seines Zeichenmodells in den Vordergrund: die bilaterale Struktur des Zeichens und seine mentalistische Konzeption.¹³²

Im Gegensatz zum unilateralen Zeichenbegriff weist Saussures Zeichenmodell eine bilaterale Struktur auf. Sein Sprachzeichen besteht aus einer „Einheit mit zwei Seiten“¹³³, einer semantischen und einer phonetischen. Diese Seiten nennt er vorerst Vorstellung und Lautbild. Daraus entwickelt sich später das *signifié* oder SIGNIFIKAT (Bezeichnetes/ Bedeutung/Vorstellung) und *signifiant* oder SIGNIFIKANT (Bezeichnendes/Lautbild). Das *signifiant* meint das Bezeichnende, also die Gestalt oder Form des Zeichens.“ Das „signifié“ meint das Bezeichnete, also den Bedeutungsgehalt des Zeichens.

¹²⁹ NÖTH, Winfried (2000): S. 68

¹³⁰ „Die Theorie des sprachlichen Zeichens“, um das es Saussure explizit geht, gilt als "das am besten ausgearbeitete Teilstück des gesamten semiotischen Programms" (Trabant 1996: 37; zur Übertragbarkeit auf andere Gegenstandsbereiche vgl. ebd.: 37–39)"(zitiert nach LSBF 2005:62). *Signe* (oder sprachliche Zeichen): im Sinne de Saussures bestehend aus: *Signifié* (oder Signifikat): entspricht dem Bezeichneten, ist also die begriffliche Inhaltsseite des sprachlichen Zeichens
Signifiant (oder Signifikant): entspricht dem Bezeichnenden, ist also die Ausdrucksseite des sprachlichen Zeichens
Valeur (oder Wert): entspricht der strukturellen Position in Beziehung zu anderen sprachlichen Zeichen
Chose (oder außersprachliche Realität): das *signe* steht als Einheit einer außersprachlichen Realität gegenüber

¹³¹ NÖTH, Winfried (2000): S. 66

¹³² Ebd., S. 61ff

¹³³ Ebd., S. 62

Saussuresches Zeichenmodell nach Nöth ¹³⁴

Zeichen (signe)	Concept	Vorstellung	Signifié	Bezeichnetes (Bedeutung)	Signifikat
	Image acoustique	Lautbild	signifiant	Bezeichnendes	Signifikant

Abbildung 5 – Saussuresches Zeichenmodell nach Nöth

Kluwe überträgt diese für die Sprachsymbole vorgenommene Unterteilung folgendermaßen auf das Ikon der Fotografie: „Form und Farbe eines Icons ist der Signifikant, das Bezeichnende des Icons, seine Bedeutung als Sinnbild für das Zeichen innerhalb des Fotos ist das Signifikat, sein Bezeichnetes.“¹³⁵

Während Saussures Zeichenmodell das Referenzobjekt als drittes Korrelat des Zeichens ausdrücklich ausklammert, weil „das sprachliche Zeichen nicht einen Namen und eine Sache, sondern eine Vorstellung und ein Lautbild vereinigt“ hält es Kluwe für notwendig, auch dem Objekt des Zeichens einen Namen zu geben. Er nennt dieses Objekt Referent. „Das „signifié“ ist der Bedeutungsgehalt als Bestandteil des Zeichens und der Referent ist das außerhalb des Zeichens liegende Objekt, auf das sich das Zeichen bezieht.“¹³⁶

Saussures Prinzipien der strukturalen Linguistik wurden in der späteren Semiologie vom System der Sprache auf nichtsprachliche Systeme übertragen und teilweise explizit auf Bilder ausgedehnt. Dabei wurde der Sprachbegriff durch den Codebegriff ersetzt.

¹³⁴ NÖTH, Winfried (2000): S. 63

¹³⁵ KLUWE, Vincent (1982): S. 63

¹³⁶ Ebd., S. 64

II.2.5.5 Die Bildsemiotik

Die Sprachwissenschaften sehen sich als zuständig für „(...) jede Form des sprachlichen Kommunizierens, gleichgültig ob verbal oder visuell.“¹³⁷ (Marion G. Müller)

II.2.5.5.1 Die Fotografie als Zeichen

„Von der zeichentheoretischen Grundlage der Bildwissenschaft zu sprechen heißt, von der Prämisse auszugehen, dass Bilder Zeichen seien, denn wenn die Theorie der Zeichen Grundlegendes zur Bildwissenschaft beitragen will, so muss die Prämisse von der Zeichenhaftigkeit der Bilder gelten.“¹³⁸

„Ein Zeichen oder Repräsentamen ist etwas, das für jemanden in gewisser Hinsicht oder Fähigkeit für etwas steht. (...) Das Zeichen, welches es erzeugt, nenne ich den Interpretanten (sind Ideen, Gedanken, Schlussfolgerungen oder Handlungen, welche das Bild im Bewußtsein seines Betrachters hervorruft) des ersten Zeichens. Das Zeichen steht für Etwas, sein Objekt (das Objekt kann ein konkreter Gegenstand, aber auch eine Vorstellung, etwas Imaginäres, auf das das Bild verweist stehen).“¹³⁹

II.2.5.5.2 Die Semiotik der Fotografie

Die sprachwissenschaftliche Methode sieht Bilder (nur) als Teil der Sprache. Seit Pierce ist das fotografische Zeichen zwar Untersuchungsgegenstand der Semiotik, allerdings wurde bis dato noch kein speziell auf die Fotografie zugeschnittenes Zeichenmodell konzipiert, sondern nur versucht „(...) am Wort entwickelte Analysemethoden auf das Bild zu übertragen“¹⁴⁰ Die begriffliche Bezugsgröße ist nicht das Bild (selbst), sondern die Sprache des Bildes.¹⁴¹

Eine spezifische *Semiotik der Fotografie* entstand laut Nöth - nach Anregungen von Barthes - unabhängig voneinander in zwei Richtungen der Semiotik:

¹³⁷ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 155ff

¹³⁸ NÖTH, Winfried (2000): S. 33

¹³⁹ Ebd., S. 37ff

¹⁴⁰ Vgl. dazu Pierce und Eco

¹⁴¹ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 155ff

Einerseits orientierte sie sich an der Glossematik von Hjelmslev und andererseits an der Basistheorie von Pierce.

Barthes selbst setzt sich in seinen Büchern „Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn“ (1990) und „Die helle Kammer“ (1989) intensiv mit der Fotografie auseinander.

„Die Fotografie ist, welchen Ursprung oder welche Bestimmung die Botschaft auch besitzen mag, nicht nur ein Produkt oder ein Weg, sie ist auch ein Objekt mit einer strukturalen Autonomie.“¹⁴² Um ihre Botschaft zu erforschen, muss man eine Methode vorsehen, „(...) die vor der soziologischen Analyse ansetzt und nur die immanente Analyse einer Fotografie als Originalstruktur sein kann.“¹⁴³

Für Barthes ist die Fotografie keine isolierte Struktur, sondern kommuniziert mit zumindest einer weiteren Struktur: dem Bildtext. Daraus folgt, dass die Gesamtheit der Information der Pressefotografie von zwei Strukturen getragen wird: Im Text besteht die Substanz der Botschaft aus Wörtern, in der Fotografie aus Linien, Oberflächen und Schattierungen.

II.2.5.5.3 Das fotografische Paradox der fotografischen Botschaft nach Barthes¹⁴⁴

Barthes selbst konstatiert in seinem 1961 erschienenen Aufsatz „Die Fotografie als Botschaft“ für die Pressefotografie das folgende semiotische Paradox:

Er räumt zwar ein, dass „ (...) das Bild nicht *das Wirkliche* ist“¹⁴⁵, aber es ist für ihn zumindest das perfekte Analogon davon.

Da auf Grund des Analogiecharakters der Fotografie die Wirklichkeit nicht durch Zeichen, die sich substantiell vom Vorbild unterscheiden, wiedergegeben wird, ist es auch nicht nötig „(...) zwischen dem fotografierten Objekt und der Fotografie (...) ein Relais, einen Code anzubringen.“¹⁴⁶ - Als mechanische Reproduktion und perfektes Analogon der Wirklichkeit gilt die Fotografie daher für Barthes als eine „Botschaft ohne Code“ „(...) da aufgrund ihres mimetischen Analogiecharakters die Beziehung Vorbild und Abbild nicht willkürlich, sondern unbeeinflussbar mechanisch entsteht, und kein auf Konventionalität beruhender Code den Abbildungsvorgang steuert.“¹⁴⁷

¹⁴² BARTHES, Roland (1990): S. 11ff

¹⁴³ Ebd., S. 12

¹⁴⁴ siehe auch BARTHES, Roland (1990): S. 13ff

¹⁴⁵ BARTHES, Roland (1990): S. 12

¹⁴⁶ DÖRFLER, Hans-Diether (2000): S. 29

¹⁴⁷ Ebd., S. 30

Sämtliche anderen analogischen Reproduktionen der Wirklichkeit wie Zeichnungen, Film, Theater, Gemälde, etc. enthalten zwei Botschaften: eine denotierte (das Analogon als solches) und eine konnotierte, nämlich die Weise, auf die eine Gesellschaft gewissermaßen zum Ausdruck bringt, wie sie darüber denkt.“¹⁴⁸

Der Begriff „Code“ wurde als ein Schlüsselbegriff der Semiotik von der Informationstheorie übernommen. Definiert wird er einerseits „(...) als bloße Anleitung für die Übersetzung von Zeichen von einem in ein anderes Zeichensystem (z.B.: Geheimcode), andererseits wird der Begriff Code als autonomes System von Zeichen definiert.“¹⁴⁹ Der Code dient laut Dörfler somit als Mittel, das die Produktion von Botschaften ermöglicht. „Als solches ist er ein konventionelles System von Regeln bzw. Einschränkungen. Jedes Element einer Botschaft ist auf diesen Code bezogen, um Sinn zu geben.“¹⁵⁰

Über den analogen Inhalt hinaus entfaltet jede der Botschaften eine zusätzliche Botschaft, die Barthes als Stil der Reproduktion bezeichnet. „(...) dabei handelt es sich um einen zweiten Sinn, dessen Signifikant eine gewisse „Bearbeitung“ des Bildes unter der Einwirkung des Schaffenden ist und dessen entweder ästhetisches oder ideologisches Signifikat auf eine gewisse „Kultur“ der Gesellschaft verweist, die die Botschaft rezipiert.“¹⁵¹

Mit dieser rein denotativen Botschaft ohne Code (= das Analogon als solches) verbindet sich jedoch eine konnotative und somit codierte Botschaft, die der primären denotativen Botschaft eine sekundäre Bedeutung hinzufügt.

Für die Pressefotografie gilt daher:

Da die Fotografie als mechanisches Analogon der Wirklichkeit auftritt (...) wäre sie als einzige ausschließlich von einer denotierten Botschaft konstituiert und besetzt, die sie vollständig bestimmte. In Wirklichkeit besteht jedoch eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass die fotografische Botschaft (zumindest die Botschaft der Presse) ebenfalls konnotiert ist.¹⁵² Die Konnotation kann man hier nicht direkt auf der Ebene der Botschaft selbst erfassen, sondern sie findet auf der Ebene der Produktion und Rezeption der Botschaft statt.

¹⁴⁸ DÖRFLER, Hans-Diether (2000): S. 13

¹⁴⁹ Ebd., S. 19

¹⁵⁰ NÖTH, Winfried (2000): S. 211

¹⁵¹ Ebd., S. 13

¹⁵² Ebd., S. 14

Da die Fotografien vom Rezipienten gelesen werden können, müssen sie bewusst oder unbewusst mit einem überlieferten Zeichenvorrat in Zusammenhang gebracht werden. Da nach Barthes jedes Zeichen einen Code voraussetzt, wäre es notwendig einen (Konnotations-)code zu erstellen, wobei der Konnotationscode weder natürlich noch künstlich, sondern historisch gewachsen bzw. kulturell bedingt ist.

„Das fotografische Paradox wäre dann die Koexistenz von zwei Botschaften, einer ohne Code (das fotografische Analogon) und einer mit Code (die Bearbeitung bzw. Schreibweise oder Rhetorik der Fotografie).“¹⁵³

Nach Barthes sind die sechs wichtigsten Ebenen für die Analyse der fotografischen Konnotation: die Fotomontage, die Pose, Objekte, Fotogenität (technische Effekte), Ästhetizismus und Syntax, wobei bei den ersten drei Verfahren die Konnotation durch eine "Modifikation des Wirklichen selbst, das heißt, der denotierten Botschaft erzeugt wird.“

Konnotation ist für Barthes „eine Kodierung des fotografischen Analogons“; heißt, die Einbringung eines zusätzlichen Sinns in die eigentliche fotografische Botschaft.

II.2.5.5.4 Die glossematisch orientierte Fotosemiotik

„Die Glossematik ist eine formale, abstrakte und rein systemimmanent vorgehende Semiotik ohne eine pragmatische Dimension.“¹⁵⁴ Gegenstand und Mittelpunkt der Zeichentheorie von Hjelmslev ist die Sprache, wobei unter „Sprache“ „(...) jedes Zeichensystem, das der Sprache analog ist“¹⁵⁵ verstanden wird. Wie bei Saussure besitzt das Modell im Kern eine bilaterale Struktur.

In Entsprechung des Saussureschen Signifikanten und Signifikat heißen die zwei Seiten des Zeichens hier Ausrucks- und Inhaltsebene. Durch eine zusätzliche Differenzierung zwischen Form und Substanz entstehen vier weitere Ebenen oder Schichten des Zeichens.

Aber nur die Ebenen der Ausdrucks- und Inhaltsform¹⁵⁶ bilden das Zeichen im engeren Sinn und sind daher Gegenstand der systemimmanenten Glossematik. Zeichen beruhen für Hjelmslev auf der gegenseitigen Voraussetzung zwischen

¹⁵³ DÖRFLER, Hans-Diether (2000): S. 15

¹⁵⁴ NÖTH, Winfried (2000): S. 68

¹⁵⁵ Ebd., S. 69

¹⁵⁶ nur diese entsprechen dem Saussureschen Signifikanten und Signifikat

Ausdruck und Inhalt, denn „kein Ausdruck kann ohne einen Inhalt bestehen und umgekehrt.“¹⁵⁷

Während Roland Barthes den Versuch startete das strukturalistische Zeichenmodell auf die Fotografie zu übertragen, um ein im speziellen die Besonderheiten des fotografischen Zeichens berücksichtigendes Modell zu entwerfen, versuchten Renè Lindekens und Karl Aigner das glossematische Modell von Hjelmslev auf die Fotografie anzuwenden.

Im Gegensatz zu Barthes betrachtet Lindekens Fotografie und Rezeption streng codiert. Seine Hauptthese lautet, dass Bilder bzw. ikonisch Zeichen auf der gleichen semiotischen Ebene zu beschreiben seien wie die Sprache.¹⁵⁸

II.2.5.5.5 Fotosemiotik auf der Grundlage der Peirceschen Basistheorie

Im Rahmen der Semiologie spielt das Bild laut Marion G. Müller weder eine eigenständige noch eine herausgehobene Rolle. „Man könnte auch sagen: Das Bild als Begriff spielt gar keine Rolle, denn die semiotische Zugangsweise zum Visuellen führt über den Begriff des **>Ikon<**“¹⁵⁹

„Ein Ikon ist demnach ein Zeichen, das in seinem Objektbezug eine Beziehung der Ähnlichkeit, der Abbildung oder der Gemeinsamkeit von Merkmalen aufweist.“¹⁶⁰ In der Semiotik nach Peirce wird für Zeichen wie Fotos der Begriff *Ikon* verwendet. Nach Pierce ist ein Ikon ein Zeichen, das sich auf das von ihm denotierte Objekt aufgrund von Eigenschaften bezieht, die es selbst besitzt.“¹⁶¹ Diese ikonischen Zeichen sind dadurch definiert, dass sie den Verweis zu dem bezeichneten Objekt durch Ähnlichkeit¹⁶² herstellen.

Pierce unterscheidet drei Typen des Ikons: Bilder, Diagramme und Metaphern.¹⁶³ Bilder sind Ikons, die mit ihren Objekten „einfache Qualitäten“ gemeinsam haben. Sie stehen in einer unmittelbaren Ähnlichkeitsbeziehung zu ihrem Referenzobjekt wie zum Beispiel Fotografien.

¹⁵⁷ Relation nennt er „Zeichenfunktion“

¹⁵⁸ DÖRFLER, Hans-Diether (2000): S. 33

¹⁵⁹ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 160

¹⁶⁰ NÖTH, Winfried (2000): S. 111

¹⁶¹ SCHÖNRICH, Gerhard (1999): S. 105

¹⁶² „Ähnlichkeit“ ist in der Semiotik – im Gegensatz zu manchen Theoretikern der visuellen Kommunikation – aber nicht nur auf visuelle Zeichen beschränkt.

¹⁶³ Siehe NÖTH, Winfried (2000): S. 113ff

II.2.5.5.6 Ikon, Index und Symbol

Von großer Bedeutung für die Fotografie ist die Klassifizierung von Zeichen hinsichtlich ihrer Objektrelation, also *Ihrer Beziehung zwischen Repräsentamen und dem Objekt*. In seinem Objektbezug ist das Zeichen entweder Ikon, Index oder Symbol. Diese Trichotomie nennt Pierce seine wichtigste Einteilung der Zeichen.

„Als IKON verweist das Zeichen infolge „eigener Eigenschaften“ und damit durch Ähnlichkeit auf das Objekt.“¹⁶⁴ Ikonische Zeichen vermitteln die Idee der von Ihnen dargestellten Dinge einfach dadurch, dass sie sie nachahmen.

Dem Ikon gegenüber steht der Zeichentyp, der für die Sprache gilt, und der von Peirce Symbol genannt wird.¹⁶⁵ Als SYMBOL verweist ein Zeichen unabhängig von Ähnlichkeit oder unmittelbarer Determination infolge einer Gesetzmäßigkeit oder einer Konvention auf das Objekt.

Zeichen vom Typ INDEX sind folgende, bei denen der Verweis auf das bezeichnete Objekt durch eine sachliche Verbindung zustande kommt. Ein Index verweist unmittelbar ohne Ähnlichkeit auf ein tatsächlich vorhandenes, singuläres Objekt (Rauch: Feuer) (...) ¹⁶⁶ – ganz gleich, ob die Verbindung natürlicher, künstlicher oder intellektueller Art ist.

Die von Pierce übernommenen Klassen wurden von den meisten Zeichentheoretikern übernommen und durch weitere Klassen ergänzt.

Innerhalb der genannten Zeichenklassen „Icon“ – „Index“ – „Symbol“ trifft das Ikon aufgrund seiner perzeptiven Ähnlichkeit zum Referenten den Charakter der oben beschriebenen Elemente. So darf behauptet werden: **Das Icon ist das Zeichen der Fotografie.**“

"Indem es nicht nur auf den sichtbaren Ausschnitt der Abbildung, sondern auf den Kontext der abgebildeten Wirklichkeit verweist, ist es metonymisch: es steht als sichtbares Teil für ein deutbares und denkbare Ganzes.“¹⁶⁷

¹⁶⁴ NÖTH, Winfried (2000): S. 39

¹⁶⁵ Vgl. dazu BOECKMANN, Klaus (1994): S. 42ff

¹⁶⁶ NÖTH, Winfried (2000): S. 39

¹⁶⁷ Ebd., S. 62

II.2.5.5.7 Semiotik des visuellen Codes nach Eco (fotografische Codes)

Der Versuch, die visuellen Kommunikationen semiotisch zu interpretieren hat für Eco folgende Bedeutung: Er gestattet es der Semiotik, die Möglichkeiten ihrer Unabhängigkeit von der Linguistik zu erproben.¹⁶⁸ (Umberto Eco)

Eco geht im Gegensatz zu Barthes davon aus, dass nicht alle Kommunikationstatbestände mit den Kategorien der Linguistik erklärt werden können.

„Niemand stellt in Zweifel, dass auf der Ebene der visuellen Codes Kommunikationsphänomene auftreten; aber es besteht Zweifel darüber, ob diese Phänomene linguistischen Charakters sind. Diese Tatsache veranlasst (...) viele, den visuellen Tatbeständen jeden Zeichenwert abzusprechen, als ob es Zeichen nur auf der Ebene der verbalen Kommunikation gäbe. (...) Andere dagegen sprechen den visuellen Tatbeständen zwar Zeichencharakter ab, interpretieren sie aber weiterhin mit linguistischen Begriffen. (...) wir haben gesehen, dass sich die Semiotik selbstverständlich der Resultate der Linguistik bedient (...), was man aber immer in einer semiotischen Untersuchung präsent haben muss ist, (...) daß nicht alle Kommunikationserscheinungen mit den Kategorien der Linguistik erklärt werden können.“¹⁶⁹

Der Code¹⁷⁰ funktioniert nach Eco auf einem doppelten Register, einem verbalen und einem visuellen, wobei das verbale Register hauptsächlich die Funktion hat die Botschaft zu verankern.

Grundvoraussetzung für jeden Kommunikationsprozess ist daher, dass Regeln bzw. Codes existieren und dass diese auf einer kulturellen Übereinkunft beruhen.

Die Semiotik macht für ihn nur dann Sinn, wenn sie „(...) als Vermittlung von gesellschaftlichen Konventionen“ verstanden werden würde. „Wir stellen also fest, dass die kommunikative Dialektik zwischen Codes und Botschaften und die

¹⁶⁸ ECO, Umberto (1972): S. 197

¹⁶⁹ Ebd., S. 197

¹⁷⁰ Reklamecode

konventionelle und kulturelle Natur der Codes nicht Entdeckungen sind, die die Semiotik erst machen muss, sondern die Voraussetzung, auf der sie gründet (...)¹⁷¹

Im Jahr 1968 legte er seine Untersuchung zu einer von linguistischen Zeichenmodellen unabhängigen Semiotik der visuellen Codes vor und bestimmte in Bezug auf die visuelle Kommunikation fünf Ebenen visueller Codifizierung¹⁷² am Beispiel der Reklamekommunikation:

1. Die **ikonische Ebene**: Da man es laut Eco als gegeben ansehen kann, dass eine bestimmte Konfiguration eine Katze oder einen Stuhl darstellt - ohne dass wir uns fragen, warum und wieso - gehört eine Codifizierung der ikonischen Zeichen nicht zur rhetorischen Untersuchung der Reklame.

2. Innerhalb der **ikonographischen Ebene** unterscheidet er zwei Codifizierungstypen: einen „historischen- und einen publizitären Typs“. Der historische Typ enthält Konfigurationen, die in einer klassischen Ikonologie auf konventionalisierte Bedeutungen verweisen, die andere Kodifizierung ist publizitären Typs, in der z.B. das Mannequin-Sein von einer bestimmten Art, mit überkreuzten Beinen dazustehen, konnotiert wird.

3. Die **tropologische Ebene** umfasst die visuellen Äquivalente der verbalen Tropen (gemeint ist laut Marion G. Müller die melodisch-metaphorische Ausschmückung).

4. Die **topische Ebene** umfasst, „(...) sowohl den Bereich der sogenannten Prämissen als auch den der argumentierenden *loci* oder *Topoi*, die allgemeine Rubriken waren, unter denen Gruppen von möglichen Argumentationen vereinigt wurden. (...) Eine Codifizierung der visuellen Topoi könnte die Klassifikation der möglichen visuellen Übersetzungen der verbalen Topoi umfassen (...) Zum Beispiel konnotiert ein Ikonogramm vom Typ „Icon“, das eine junge Frau denotiert, die sich lächelnd über einer Wiege einem Säugling zuneigt, der ihr die Arme entgegenstreckt „ zweifellos „junge Mutter“, gleichzeitig aber evoziert es eine Reihe von Persuasionen vom Typ: „Mütter lieben ihre Kinder – es gibt nur

¹⁷¹ ECO, Umberto (1972): S. 20

¹⁷² Ebd., S. 272ff

eine Mutter – die Liebe der Mutter ist die Stärkste von allen – Mütter beten ihre Kinder an – alle Kinder lieben ihre Mutter – usw.(...)“

5. Die **enthymematische Ebene** würde die Gliederung eigentlicher visueller Argumentationen beinhalten. „(...) In diesem Fall würden die beteiligten Ikonogramme, so wie sie topische Felder evozieren, gewöhnlich enthymematische Felder evozieren, d.h. sie würden schon konventionalisierte Argumentationen, die von einem ausreichend codifizierten Bild ins Gedächtnis zurückgerufen werden, stillschweigend mitmeinen.

II.2.5.5.8 Resümee

Alles in allem ist die Semiotik eine „hochkomplexe prozessorientierte Theorie, die bisweilen einen Abstraktionsgrad erreicht, der zwei Risiken birgt: Zum einen wird die individuelle Nachvollziehbarkeit der Gedankengänge sehr erschwert, zum anderen entfernt sich die Theorie durch die implizite Immaterialisierung des Icon-Begriffs von den konkreten Abbildern.“¹⁷³

Wie so oft bleiben die meisten der Ansätze der Sprachlogik verbunden und ignorieren die assoziative Wirkung des Visuellen denn „(...) wir versuchen auf die Bilder eine der Sprache abgeleitete argumentative Interpretationslogik anzuwenden, die nicht auf das Visuelle passt.“¹⁷⁴ Die Frage nach dem warum und weshalb hält Marion G. Müller für die spannendsten zukünftigen Fragen der visuellen Kommunikationsforschung.

¹⁷³ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 162

¹⁷⁴ Ebd., S. 158

II.2.6 Die Bildwissenschaft¹⁷⁵

„Eine eigenständige Bildwissenschaft als Entsprechung zu den Sprachwissenschaften existiert (noch) nicht.“ (Thomas Knieper)

Bei einem Symposium im Jahr 2001 in Wendgräben bei Magdeburg zum Thema „Was ist Bildkompetenz?“ fanden sich erstmals Wissenschaftler aus den unterschiedlichsten Disziplinen zusammen, um sich „über die Stellung der Bildthematik in ihren Disziplinen zu verständigen und (...) die Möglichkeiten der „Schaffung einer allgemeinen Bildwissenschaft auszuloten“¹⁷⁶.

Die grundsätzliche Idee, eine interdisziplinäre Wissenschaft vom Bild zu schaffen wurde von Wissenschaftlern aus den unterschiedlichsten Bereichen wie der: Kommunikationswissenschaft, Philosophie, Psychologie, Politikwissenschaft, Semiotik, Kognitionswissenschaft, Medizin, Informatik, Physik, Geschichte, Kunstgeschichte und Biologie diskutiert und brachte die unterschiedlichsten Forschungsansätze und -traditionen theoretischer wie methodischer Natur aus den verschiedensten Bereichen zusammen.

Laut Klaus Sachs-Hombach, Professor für Philosophie an der TU Chemnitz, muss eine Bildwissenschaft interdisziplinär ausgerichtet sein und auf einen Austausch und die Vernetzung der unterschiedlichen Fragestellungen und Methoden zu einer systematischen Wissenschaft abzielen.

Klaus Sachs-Hombach beschäftigt sich seit den 90er Jahren mit dem Thema visuelle Kommunikation und seit 2003 auch intensiv mit dem Thema „Bildwissenschaft“. Seine zahlreichen Arbeiten und Publikationen wie : Bilder im Geiste (1995), Bild – Bildwahrnehmung – Bildverarbeitung. Interdisziplinäre Beiträge zur Bildwissenschaft (1998), Bildgrammatik (1999), Vom Realismus der Bilder (2000), Bildhandeln (2001), Was ist Bildkompetenz? Studien zur Bildwissenschaft (2003), Das Bild als kommunikatives Medium (2003), Wege zur Bildwissenschaft (2004), Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden und

¹⁷⁵ Die Bezeichnung „Bildwissenschaft“ wurde laut Klaus Sachs-Hombach, im Rahmen des Bildwissenschaftlichen Kolloquiums in Magdeburg geprägt.

¹⁷⁶ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 9

Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung (2005), machen ihn zu einem der umtriebigsten Personen auf dem Gebiet der Bildwissenschaften.

II.2.6.1 Der Bildbegriff

Ziel der Bildwissenschaft ist - unter Verwendung einheitlicher methodischer Vorgaben - die „begriffliche Klärung eines allgemeinen Bildbegriffs“.

Während die Einen, einen umfassenden Bildbegriff einfordern, also über materielle Bilder hinausgehend auch analog und virtuell verbreitete Bilder (Internet, Film) sowie immaterielle Bilder (Traumbilder, Vorurteile, Stereotype) in die Untersuchung der Bildwissenschaft integriert haben möchten, wollen wiederum die Anderen den Untersuchungsgegenstand „Bild“ exakter definieren wissen.

Das Ziel der Bildwissenschaft ist in fächerübergreifender Zusammenarbeit zu klären, was Bildsein und Bildverwendung allgemein bedeutet,

„(..) was die unterschiedlichen Bildwissenschaften jeweils unter dem Begriff „Bild“ verstehen. Im Fokus des Interesses einer interdisziplinären Bildwissenschaft stehen dabei nicht einzelne Bilder oder Kunstwerke, sondern vielmehr die menschliche Fähigkeit, Bilder gezielt als Kommunikationsmedium erzeugen, wahrnehmen (rezipieren) und verwenden zu können.“¹⁷⁷

Die Bildwissenschaft schließt dabei auch die Auswirkungen mit ein, welche die Erzeugung und Verwendung des Mediums Bild auf den Menschen, sein Verhalten und seine Kultur haben.

Im Zentrum der Forschung stehen laut Klaus Sachs-Hombach die Bildphänomene im engeren Sinn, die als visuelle Veranschaulichung eines (fiktiven oder realen) Sachverhalts aufgefasst werden. „Als derartige Bilder im engeren Sinn gelten Gegenstände, die materiell, in der Regel visuell wahrnehmbar, artifiziell und relativ dauerhaft sind.“¹⁷⁸

¹⁷⁷ Jörg R. J. Schirra / Klaus Sachs-Hombach 2006

¹⁷⁸ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 13 Durch das Kriterium der Materialität sollen Sprach- und Vorbilder ausgeblendet werden, die Arifizialität grenzt die Bilder von den natürlichen Bildern ab (Spiegelbilder) und das Kriterium der Persistenz sichert schließlich, dass es sich um einen wiederholt wahrnehmbaren Gegenstand handelt.

Das Kriterium der „Materialität“ soll „vor allem Phänomene wie Sprachbilder oder Vorbilder ausblenden“, das Kriterium der „Artifizialität“ soll die „Bilder im engeren Sinn zudem von den so genannten natürlichen Bildern abgrenzen (Spiegelbilder) und das Kriterium der „Persistenz“ soll sichern, „(...) dass es sich um einen wiederholt wahrnehmbaren Gegenstand handelt.“¹⁷⁹

Als Bildwissenschaften sollen nach Klaus Sachs-Hombach nur diejenigen Disziplinen gelten, die

„ (...) in irgendeiner Form zum theoretischen Verständnis der Bildthematik beitragen, die also in systematischer Weise Aussagen machen über unterschiedliche Bildformen, Bildtypen und Bildverwendungen, über die Verfahren ihrer Herstellung und Bearbeitung, über die Bedingungen ihrer Rezeption und Distribution oder ganz allgemein über den Begriff des Bildes und seiner Stellung innerhalb des wissenschaftlichen Diskurses.“¹⁸⁰

Um den Bildforschern der verschiedenen Disziplinen einen interdisziplinären Austausch ihrer bildwissenschaftlichen Projekte zu ermöglichen, wurde 2004 das *Virtuelle Institut für Bildwissenschaft (VIB)*¹⁸¹, gegründet.

II.2.6.2 Versuch einer Systematik der Disziplinen

Klaus Sachs-Hombach gliedert die unterschiedlichen Disziplinen, die sich mit Bildwissenschaft beschäftigen in: **Grundlagendisziplinen, historisch orientierte Disziplinen, sozialwissenschaftlich orientierte Disziplinen, anwendungsorientierte Disziplinen und den Praxisbereich moderner Bildmedien.**

Ausgeschlossen sollen dabei jene Disziplinen sein, „(...) die Bilder nur oder primär als methodische Werkzeuge einsetzen (Anmerkung: wie zum Beispiel die Medizin).“¹⁸²

Kennzeichen der **Grundlagendisziplinen** ist, dass sie „nicht auf einen Bildtyp oder auf eine bestimmte Bildverwendung und Bildfunktion beschränkt sind (...)

¹⁷⁹ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 13

¹⁸⁰ Ebd., S. 13

¹⁸¹ www.bildwissenschaft.org

¹⁸² SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 13

mit ihren jeweiligen Methoden sind sie vielmehr geeignet, die unterschiedlichsten Bildtypen und Bildverwendungen aus ihrer jeweiligen Perspektive zu untersuchen.“¹⁸³ Wie zum Beispiel: Kommunikations- und Medienwissenschaft, Philosophie, Mathematik, Logik, Darstellende Geometrie, Psychologie, Kognitionswissenschaft, Neurowissenschaft, Semiotik und Kunstwissenschaft.

Der Bereich der **historisch orientierten Disziplinen** behandelt „im Unterschied zu den Grundlagendisziplinen Bildphänomene einer bestimmten Zeit bzw. einer bestimmten Gesellschaft.“¹⁸⁴

Daher besitzen die Theorien dieser Disziplinen oft unmittelbare Relevanz für die allgemeinen Bildkonzeptionen. Zuweilen treten sie auch als systematische Bildkonzeptionen bzw. in Konkurrenz zu den bestehenden bildtheoretischen Grundlagen auf.

Die **sozialwissenschaftlich orientierten Disziplinen** beschäftigen sich mit Fragen einer konkreten Bildverwendung. „Sie beziehen sich auf spezielle Bildtypen, fokussieren aber auf bestimmte Bildverwendungen oder Bildfunktionen. Die Theorien dieser Disziplinen sind (...) nicht mehr auf alle Bilder, sondern nur auf Teilbereiche der Bildthematik anwendbar.“¹⁸⁵ Wie zum Beispiel die Politikwissenschaft.

Die **anwendungsorientierten Disziplinen** sind direkt auf die Bildherstellung und Bildbearbeitung bezogen und unterscheiden sich damit von den sozialwissenschaftlichen Disziplinen durch die Integration technischer Verfahren. Die Probleme der Bildverwendung sollten immer auch Bestandteil dieser Disziplin sein. „Sie zeichnen sich daher durch eine Vermittlung zwischen der Ebene der Herstellung bzw. Bearbeitung und der Ebene der Verwendungsbedingungen aus“¹⁸⁶. Klaus Sachs-Hombach zählt dazu die Informatik, Werbeforschung, Typografie und Kartografie.

Praxisbereich der **modernern Bildmedien** behandeln „primär die modernen Bildmedien und –typen, skizzieren also gewissermaßen den konkreten Gegenstand, auf den die vorgestellten Bilddisziplinen bezogen sind. Da sie auch bildgestalterische Theorien entwerfen, „(...) also allgemeine Regeln formulieren,

¹⁸³ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 14ff

¹⁸⁴ Ebd., S. 17

¹⁸⁵ Ebd., S. 18

¹⁸⁶ Ebd., S. 19

nach denen bei der praktischen Bildherstellung zu verfahren ist, nennt sie Klaus Sachs-Hombach auch „theoretische Disziplinen“ „Sie bieten eine regelgeleitete Anleitung zur Bildpraxis. Also eine Theorie der Bildherstellung.“ Ihre Unterschiede ergeben sich aus den jeweiligen Bildmedien beziehungsweise Bildtypen, auf die sie sich beziehen. Fotografie

II.2.6.3 Die Bildwissenschaft als gemeinsamer Theorierahmen

Laut Klaus Sachs-Hombach soll die Bildwissenschaft nicht als neue, weitere Disziplin verstanden werden, sondern als ein gemeinsamer Theorierahmen, „(...) der für die unterschiedlichsten Disziplinen ein integratives Forschungsprogramm bereitzustellen erlaubt.“ fordert dafür ein Modell, das die „verschiedensten Bildphänomene und die verschiedenen Bildwissenschaften in systematischer Weise verbindet, ohne ihre Eigenständigkeit zu gefährden.“¹⁸⁷

Da Bilder wahrnehmungsnahe Medien beziehungsweise Zeichen sind, muss eine angemessene Erläuterung des Bildbegriffs auf jeden Fall auch Erläuterungen zum Wahrnehmungs-, zum Medien- und zum Zeichenbegriff einschließen. Und da „(...) Medien beziehungsweise Zeichen in kommunikativen Zusammenhängen stehen, ist zudem die Kommunikationswissenschaft zentral.“¹⁸⁸

¹⁸⁷ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 11

¹⁸⁸ Ebd., S. 14

III. FOTOGRAFIE IM DIENST DES NATIONALSOZIALISMUS

III.1 HISTORISCHE ENTWICKLUNG DER FOTOGRAFIE

Im Jahre 330 vor Christus wurde von Aristoteles im ersten Lehrbuch der Physik das Prinzip der Camera Obscura, der Vorläufer der Fotografie, zum ersten Mal erwähnt. 1685 war die Camera Obscura so weit entwickelt, dass sie bereits als Fotoapparat eingesetzt hätte werden können.

Als Erfinder der Fotografie gilt allerdings der Maler Daguerre, der das von dem Franzosen Nicephore Niepce entworfene Modell vervollständigte. Eine große Anzahl von „Erfindern“ trugen ihren Anteil zur Entdeckung des Fotoapparates bei, Daguerre aber war es, der sich als Vater der Fotografie bezeichnen durfte. Der Daguerreotypie wurde von der französischen Regierung aufgekauft und am 19. August 1839 der Academie des Sciences als „Geschenk an die Menschheit“ übergeben und gilt damit auch als „Geburtsstunde der Fotografie“.

Im selben Jahr entwickelte der Engländer William Henry Fox Talbot ein Verfahren das, im Gegensatz zur Daguerreotypie die Reproduktion von Fotos erlaubte. Obwohl sein Verfahren um 1855 die Daguerreotypie aus eben diesem Grund verdrängte, wurde es anfangs auf Grund der schlechteren Qualität seiner Bilder nicht anerkannt.

Die Fotografie als Massenmedium

Im Jahre 1839 entwickelte der englische Baron Seguiet den ersten transportablen Fotoapparat. Damit war der erste Schritt in Richtung "Massenprodukt" getan. Im 19. Jahrhundert erlebte die Fotografie durch das erstarkende Bürgertum und dessen Darstellungsbedürfnis einen großen Aufschwung. Die "Carte de visite", ein Foto in der Größe von 6-9 cm gehörten zum guten Ton und wurde zum Massenprodukt.

Mit der Industrialisierung erlebte die Fotografie ihre Blüte, aber sie wurde auch zum Industrieprodukt. Im Zuge dieser technischen Neuerungen entwickelte sich auch die Reproduktionstechnik mit ebensolcher Geschwindigkeit weiter.

Die Retouche

1855 wurde die Retouche vom Münchner Fotografen Franz Seraph Hanfstaengl „erfunden“ und anfangs als Ersatztechnik für Ölporträts verwendet.

Entscheidend war die Erfindung der Retouche deshalb, weil es erstmals möglich war die "Realität" - durch Manipulation der Fotografie - bewusst zu beeinflussen. Mit der Entwicklung von kleineren und besser handhabbareren Fotoapparaten Ende des 19. Jahrhunderts, war der Amateurfotografie der Weg zum Erfolg geebnet. Während sich die Fotografie im privaten Bereich sehr rasch durchzusetzen begann, dauerte es wesentlich länger bis die Fotografie auch in der Presse Fuß fassen konnte.

III.1.1 Das Bild in der Presse

"Nicht der Schrift- sondern der Photographieunkundige wird der Analphabet der Zukunft sein." (Walter Benjamin)

Wie schon oben erwähnt dauerte es einige Zeit, bis die Fotografie auch in den Zeitungen Einzug hielt. Gründe dafür waren einerseits die mangelnde technische Produzierbarkeit von Fotos, die enormen Kosten bei der Herstellung und das Festhalten an alten Traditionen.

Die ersten Reproduktionen waren anfangs Holzstiche. Dem Bild kam anfangs nur eine untergeordnete Rolle zu, da es primär nur zur Unterstützung des Textes verwendet wurde. Erst am 4. März 1880 erschien im *Daily Graphic* (New York) das erste mechanisch reproduzierte Foto ("Shantytown").

Der *Daily Mirror* war 1904 die erste Zeitung deren Illustrationen ausschließlich Fotos waren. Es folgen 1919 die *Illustrated Daily News* und 1922 die *New York-Times*. In Deutschland begann man in der Zeitschrift *Tag* ab 1901 eine Illustrierte Beilage zu drucken.

Fotografie und Propaganda

Mit dem Ansteigen immer neuer Bilderblätter seit Mitte des 19. Jahrhunderts und der dadurch entstandenen Konkurrenz zwischen den einzelnen Blättern, kam der

Sensationspresse immer mehr Bedeutung zu. Mit Beginn des ersten Weltkrieges entdeckte man, insbesondere in Deutschland, die Kamera für Propagandazwecke. Es wurde eine große Zahl von Berufsfotografen vom Staat eingestellt, die ihr gesamtes Material an das *Presse-Foto-Syndikat* schicken mussten. Dort wurden dann diejenigen Fotos vernichtet, die nicht in das bestehende politische Bild passten. 1916 übernahm diese Aufgabe das *Bild- und Filmamt* (BUFA).

Die Wende im Bildjournalismus kam in den 20er Jahren. Man begnügte sich nicht mehr mit gestellten Aufnahmen, die Fotos mussten immer aktueller und klarer sein. Mit der Entwicklung der Leica wurde der Wunsch nach dynamischen und spontanen Bildern endlich Wirklichkeit, die Zeit der „Momentaufnahme“ war gekommen. 1928 gilt als Geburtsjahr des modernen Fotojournalismus, der laut dem Bildwissenschaftler José Macias durch drei Faktoren begünstigt wurde: „(...) die Erfindung von Kleinkameras, einer neuen Generation von Fotoreportern und Bildredakteure bei Zeitungen und Zeitschriften.“¹⁸⁹ In dieser Zeit entwickelte sich ein neuer journalistischer Stil, die Fotoreportage.

In Österreich und Deutschland war die Situation nach der Machtübernahme der Nationalsozialisten eine völlig andere: viele Bildjournalisten mussten aus Deutschland emigrieren, oder wurden, wie zum Beispiel Erich Salomon, im Konzentrationslager ermordet.

Die nationalsozialistische Fotopropaganda

Mit der Expansion der visuellen Massenmedien und dem unaufhaltsamen Aufstieg der Illustrierten zu Beginn der 20er Jahre begann auch der Aufstieg der Bildpublizistik.

Die Aneignung der Fotografie durch die Propaganda der Nationalsozialisten erfolgte wesentlich schneller als die Erschließung des Films. „Entscheidend waren nicht propagandistische Strategien, sondern die „Bildbedürfnisse von unten“¹⁹⁰.

Ziel war, den propagandistischen Erfolg der Massenveranstaltungen auf medialer Ebene zu wiederholen. Denn die sehr straff organisierten Veranstaltungen mit

¹⁸⁹ MACIAS, José (1990): S. 11

¹⁹⁰ HERZ, RUDOLF (1994): S. 70

ihrer durchinszenierten Dramaturgie zeigten sich nicht nur vor Ort, sondern auch in den Printmedien als ausgesprochen wirkungsvoll.

Der Fotografie kam damit die Aufgabe eines Multiplikators zu. Die medienwirksamen Veranstaltungen wurden damit nicht nur einem kleinen Teil der Bevölkerung zugänglich, sondern durch ihre Publikationen in der Presse auch der großen Masse, die an den Ereignissen nicht teilhaben konnten, zugänglich.

„Damit ein Photo als Pressephoto (...) seine publizistische Rolle ausüben kann, muß es aber außer seiner bildlichen Eignung und der Beschriftung noch ein weiteres Moment aufweisen, es muß durch den Bildredakteur eine besondere Zurichtung oder Aufmachung erhalten. Erst durch diese Maßnahmen wird es (...) zum Pressephoto.“¹⁹¹ Unter „besonderer Zurichtung“ verstand Stiewe die Gewinnung des Bildausschnitts, Platzierung und die Bildmontage. „Steigerung der Bildwirkung und Verdeutlichung der Maßnahmen am Einzelbild selbst: Bildausschnitt, Retusche, Größenformat.

III.1.2 Die Bildillustrierten

Mit dem Ende der „Monokultur der gestellten Fotos“ und auf Grund der vielen neuen technischen Möglichkeiten blühte die Bildpresse förmlich auf und die Fotografien dominierten bald das Bild der Zeitungen und Zeitschriften.

In den 30er Jahren entstand - nicht zuletzt durch die aus Deutschland emigrierten Journalisten - ein neuer Zeitschriftentyp: "die goldene Ära der Bildillustrierten"¹⁹² begann. Die wichtigsten Illustrierten waren: *Life* (1936, USA), *Look* (1937, USA) *PictureBox* (1938, GB).

„Mit der Gründung einer eigenen Parteiillustrierten, begann die Integration der fotografischen Berichterstattung in der NS-Presse.“¹⁹³ Die Illustrationen dienten damit der direkten politischen Propaganda. 1926 wurde der *Illustrierte Beobachter* als „Kampfblatt der nationalsozialistischen Presse“¹⁹⁴ gegründet und markiert für Rudolf Herz „(...) den Übergang zum massenpropagandistisch motivierten Fotografieinsatz der NSDAP“¹⁹⁵.

¹⁹¹ STIEWE, Willy: Das Bild als publizistisches Mittel, S.22

¹⁹² MACIAS, Jose (1990): S. 16

¹⁹³ HERZ, Rudolf (1994): S. 71

¹⁹⁴ ULMER, Gertrud (1939): S.

¹⁹⁵ HERZ, Rudolf (1994): S. 72

III.2 DER ILLUSTRIERTE BEOBACHTER

„photographische Wochenschau der
nationalsozialistischen Bewegung.“ (Kurt Wehlau)

Im Juli 1926 erschien der erste *Illustrierte Beobachter*, als eine Art „Erinnerungsblatt“. Anlass dafür war der am 3. und 4. Juli abgehaltene Parteitag in Weimar. Der *Illustrierte Beobachter* sollte - nach den Plänen Hitlers – die nationalsozialistische Tageszeitung, den *Völkischen Beobachter* im „Kampf um die nationalsozialistische Idee“ unterstützen.

Im *IB* sollte aber im Gegensatz zur Tageszeitung **das Bild in stärkerem Maße als Propagandamittel eingesetzt werden**, um die Öffentlichkeit über die NS-Bewegung zu informieren. Hitler bezeichnete das Bild als "hervorragendes publizistisches Kampfmittel", weil: "Es genügt zu schauen, höchstens noch ganz kurze Texte zu lesen (...). Das Bild bringt in viel kürzerer Zeit, fast möchte ich sagen, auf einen Schlag, dem Menschen eine Aufklärung, die er aus Geschriebenem erst durch langwieriges Lesen empfängt." ¹⁹⁶

Die Idee zur Herausgabe einer Illustrierten stammte vom Direktor des Parteiverlags, Max Amann, denn: "(...) je mehr die nationalsozialistische Bewegung anwuchs, umso mehr erwies es sich als eine Notwendigkeit, die breite Öffentlichkeit über sich nicht nur das Wort, sondern auch durch das Bild zu unterrichten." ¹⁹⁷

Der *Illustrierte Beobachter* wurde im parteieigenen Franz Eher Verlag produziert, der schon seit dem 17. Dezember 1920 in den Besitz der NSDAP übergegangen war. Für den Inhalt des *Illustrierten Beobachters* waren vor allem Hermann Esser, Heinrich Hoffmann, Josef Stolzinger-Czerna und Philipp Bouhler verantwortlich.

¹⁹⁶ HITLER, Adolf (1939): S.526

¹⁹⁷ ULMER, Gertrud (1936): S. 104

III.2.1 Die Anfänge des Illustrierten Beobachters



Abbildung 6 – *Illustrierter Beobachter*, 1. Jahrgang, 1. Folge, 1926

Die erste Nummer (siehe oben) bestand aus einem einzigen Blatt, das in vier Seiten gefaltet war und unter dem Motto "Freiheit und Brot" herausgegeben wurde. Das Format war 47:31.5 cm. Das Titelblatt - eine Fotomontage¹⁹⁸ - zeigte den Führer vor einer Menschenmasse. Der Text dazu lautete: „Die Armee, die wir heranbilden, wächst von Tag zu Tag, von Stunde zu Stunde schneller; gerade in diesen Tagen habe ich die stolze Hoffnung, daß einmal die Stunde kommt, daß diese Scharen zu Bataillonen, die Bataillonen zu Divisionen werden (...).“

In dieser ersten Ausgabe befindet sich auch bereits eines der „Massen mobilisierenden“ Panorama-Fotos¹⁹⁹ von Heinrich Hoffmann, das „(...) in seiner Größe seine Wirkung auf die Leser nicht verfehlen sollte und zum (...) überwältigenden Beweis von der ungeheuren Beteiligung zeugen sollte, unter der die damaligen Versammlungen und Parteitage stattfanden“²⁰⁰.

„(...) Kein noch so gut geschriebener und fein geschliffener Aufsatz hätte eine derartige Wirkung ausüben können (...) als diese

¹⁹⁸ Siehe dazu auch Kapitel III.2.2 Die Fotomontage

¹⁹⁹ Siehe dazu auch Kapitel IV.1.4.2.8 Bildgestaltung durch Formate

²⁰⁰ UMLER, Gertrud (1936): S. 105

*Großphotos, die jede feindliche Gegenpropaganda von einer schwachen Beteiligung an nationalsozialistischen Veranstaltungen Lügen strafen.*²⁰¹

Die zweite Nummer erschien, mit neuem Titelpf und in einem kleineren Format (27,5 x 37,7) erst im September 1926 und bestand bereits aus 12 Seiten.

Ab diesem Zeitpunkt begann man das Aussehen des *Illustrierten Beobachters* gängigen Zeitschriften anzugleichen. Das Titelbild zeigt Benito Mussolini, der nach dem missglückten Mordanschlag zu der Menge spricht. Mit dem Titelbild sollte die freundschaftliche Einstellung der NSDAP zum italienischen Faschismus demonstriert werden. Aber auch die Einstellung der NSDAP dem Völkербund gegenüber wurde in dem Beitrag "Houston Stewart Chamberlain an Adolf Hitler" und dessen Bebilderung deutlich sichtbar. Auch die antisemitische Haltung der NSDAP wurde im *Illustrierten Beobachter* deutlich.

1927 erschien der *IB* vierzehntägig und ab 1928 wöchentllich und bestand bereits aus vier großen Zeitungsbogen, „(...) von denen die Mittelseite regelmäßig Großfotos über die zwei Seitenbreiten der Blattmitte gedruckt bringt“²⁰², heraus.

Der *Illustrierte Beobachter* hatte zwar gewisse Vorteile gegenüber den anderen Illustrierten, musste sich jedoch ebenso im freien Verkauf behaupten, wie die übrigen am Markt konkurrierenden Illustrierten. In den Jahren 27 bis 33 konnte der *IB* seine Auflage von 35.000 auf 845.628 steigern und machte damit auch den Eher Verlag zu einem gigantischen Verlagsunternehmen.

Mit Ausbruch des Krieges wurden die Illustrierten immer mehr in die Kriegsmaschinerie eingespannt und unter dem Vorwand der kriegsbedingten Rohstoffknappheit wurde die Anzahl der Illustrierten verringert. „Von den verbliebenen sieben²⁰³ Illustrierten des „Großdeutschen Reiches“ wurden fünf mit Matern der *Berliner Illustrierten* versorgt“²⁰⁴ und erschienen mit dem gleichen Text und Bildmaterial wie die „BIZ“. Anfang 45 musste der „Illustrierte Beobachter“ seine Stellung als führende Bildillustrierte an die *Berliner Illustrierte* abtreten.

²⁰¹ ULMER, Gertrud (1936): S. 104

²⁰² Ebd., S. 110

²⁰³ 1934 : 11 Illustrierte

²⁰⁴ PETERS, Christoph (1963): S. 167

Die antisemitische Haltung des Illustrierten Beobachters

Die antisemitische Haltung des IB trat von Beginn an eindeutig und unverhohlen zum Vorschein. Die Seite acht wurde zum „Judenspiegel“, (...) der sich überzeugend scharf gegen das Judentum wendet²⁰⁵ und in dem „(...) in Wort und Bild auf die Gefahr hingewiesen wurde.“ Der „Judenspiegel“ wurde danach zu „Was der Jude nicht macht“ umbenannt und es wurden Fotos von gefährlicher und schwerer Arbeit gezeigt. Einige Zeit später lautete die Überschrift: „Was der Jude macht“. Man zeigte Fotos von ausschweifendem Lebenswandel, Tanzveranstaltungen etc.

Für Kurt Wehlau ist die „Kampfweise gegen das Judentum propagandistisch gesehen die beste Leistung (...) Der IB versucht im großen Maße zu belehren - bringt gute und tendenzlose Beiträge aus aller Welt, opfert ruhig auch eine ganze Seite für Bilder vom deutschen Frühling usw. – Aber in der Propaganda gegen das Judentum weiß er auch seinen Mann zu stehen.“²⁰⁶

III.2.2 Die Fotomontage

Die Technik der Fotomontage - eines der „stärksten propagandistischen Ausdrucksmittel des Illustrierten Beobachters“²⁰⁷ – wurden in den Anfangsjahren des *Illustrierten Beobachters* sehr häufig eingesetzt.

„Als Photomontagen bezeichnet man Bilder, die entweder ganz aus Einzelphotos zusammengeklebt sind oder die das Photo als Einzelteil neben anderen Bildelementen verwenden. In der Photomontage wird (..) eine neue Bildeinheit aufgebaut, die (...) Anspruch auf die Bezeichnung „Kunst“ hat.“²⁰⁸

Vor allem in den 30er Jahren suchte man nach neuen Formen der Bildpräsentationen, die die bildmäßigen Umsetzung von Hitlers Auftritten nicht nur dynamischer, lebendiger und abwechslungsreicher gestalten, sondern auch die Position Hitlers als „Führer des deutschen Volkes“ herausstreichen sollten. Auf dies Art und Weise entwarfen die Fotomontagen so eine „eigene visuelle Rhetorik des Führerkultes“

²⁰⁵ WEHLAU, Kurt (1939): S. 14

²⁰⁶ WEHLAU, Kurt zitiert aus ULMER, Gertrud (1939): S. 106

²⁰⁷ ULMER, Gertrud (1939): S. 108

²⁰⁸ Ebd., S. 109



Abbildung 7 – *Illustrierter Beobachter*, Nr. 32, 9.8.1930, S. 539²⁰⁹

Die Deutschlandflüge

Auch in der Berichterstattung des *Illustrierten Beobachters* über die "Deutschlandflüge" kam das Stilmittel „Fotomontage“ zum Einsatz. Laut Rudolf Herz repräsentierten „Die Deutschlandflüge“ nicht nur den Durchbruch des neuen populistischen Führerimages, sondern auch den Beginn einer „kontinuierlichen Fotoberichterstattung über Hitler und die Bewegung.“²¹⁰

Neu war nicht nur, dass für den Wahlkampf Flugzeuge eingesetzt wurden, sondern auch, dass die beiden Leibfotografen Hitlers - Hoffmann und August Kling - die Wahlveranstaltungen begleiteten. Durch den Einsatz der Flugzeuge konnte Adolf Hitler drei Wahlveranstaltungen pro Tag absolvieren, und somit - in der von der Reichsregierung auf sieben Tage beschränkte Wahlkampfzeit - ein Massenpublikum erreichen.

Die visuelle Umsetzung der im *Illustrierten Beobachter* ausgegebenen Parole "Hitler über Deutschland", sollte diese Schnelligkeit und Dynamik, aber auch die

²⁰⁹ HERZ, Rudolf (1994): S. 171

²¹⁰ Ebd., S. 191

„Allgegenwart Hitlers“ ausdrücken. Dafür war die Technik der Fotomontage bestens geeignet. Die Fotomontage zu Hitlers Deutschlandflügen wurde 1932 in Folge 16 des *Illustrierten Beobachter* unter dem Titel „Deutschlandflug“ auf einer Doppelseite publiziert.

Abbildung 8 – siehe Anhang *Deutschlandflug, Illustrierter Beobachter*, 1932, Folge 16, S.338-339

Im Hintergrund ist ein Bild einer unüberschaubaren Menschenmenge, die die Hände zum „Hitlergruß“ ausgestreckt haben und die Begeisterung der Massen symbolisieren sollen, abgebildet. Im Vordergrund befinden sich neun weitere Fotos, auf sechs von ihnen ist Adolf Hitler abgebildet. Die Abbildungen zeigen Adolf Hitler bei seinen Reden, im Auto fahrend und im Gespräch mit Kindern.

Diese Darstellungsweise erinnert an Gemälde des Mittelalters. Um Handlungsfolgen einer Geschichte darzustellen, wurden Ereignisse, die zu unterschiedlichen Zeiten stattgefunden hatten, nebeneinander dargestellt. „Die Größe der Figuren und Gegenstände wurde nicht durch ihre räumliche Entfernung voneinander bestimmt, sondern durch die Bedeutung, die sie für die Geschichte haben.“²¹¹

Die mehrmalige Darstellung Adolf Hitlers in der Fotomontage, sollte aber auch den Eindruck der "Allgegenwart" Hitlers noch unterstreichen und ihm einen "gottähnlichen Status" zuschreiben.

Die abgebildeten Kinder geben diesem Foto etwas Privates und sollten die menschliche Seite von Hitler hervorheben. Dadurch entsteht eine fast spürbare Spannung zwischen dem unnahbaren, übermenschlichen Führer und der Privatperson (Vaterfigur) Hitlers.

Mit dieser Fotomontage sollte der "Nachweis von Hitlers Volksverbundenheit und seiner wachsenden Anziehungskraft“ erbracht werden. Den Lesern konnte so sehr anschaulich ein junger, dynamischer Volkskanzler präsentiert werden. Seine Volksverbundenheit und Anziehungskraft sollte so visuell umgesetzt werden.

Die Fotomontage sollte nach Gertrud Ulmer nur in „ganz besonderen Fällen“ zur Anwendung kommen, nämlich dort, wo sie „(...) mit zwingender Kraft auf den Inhalt verweisen soll“²¹².

²¹¹ HOWARTH, Eva (1994): S. 20

²¹² ULMER, Gertrud (1939): S 109

III.2.3 Vom Dokumentationsmedium zur Kampfzeitschrift der NSDAP

„Selbstverständlich darf man (...) neben der Bildpropaganda gegen das Judentum, (...) die mindestens ebenso wichtige Propaganda für den Nationalsozialismus nicht übersehen.“²¹³

In den Anfangsjahren fungierten die Berichte über Parteitage und sonstige Veranstaltungen im *Illustrierten Beobachters* als eine Art „Erinnerungsblatt“ und „photographische Wochenschau“ für die daran Beteiligten, erst im Laufe der Jahre entwickelte sich der *IB* zu der Kampfzeitschrift der NSDAP.

Ab der dritten Nummer, im November 1926, wurde die Rubrik "Der Nationalsozialismus marschiert" eingeführt und in den Jahren immer weiter ausgebaut. Bilder von der NS-Bewegung, von Aufmärschen und Kundgebungen füllten mehr und mehr die Seiten des *Illustrierten Beobachters*.

Die Bilder der nationalsozialistischen Bewegung waren durch die Fahnen und Armbinden der abgebildeten SA und SS-Männer unverkennbar und gleichzeitig in ihrer pompösen Gestaltung und Aufmachung als Werbemittel für die Partei von großer Bedeutung.

„Wie unermesslich bedeutungsvoll die Bildsprache des Illustrierten Beobachters im Rahmen der Allgemein-Propaganda der NSDAP war, erkennt man erst dann im vollsten Maße, (...) wenn man den alten Kampfgeist und –mut wieder aufleben sieht in den Bildern jener Jahre, von den nimmermüden Aufmärschen und großen Kundgebungen (...), wenn die Vergangenheit durch das im Lichtbild optisch erfasste Stück Wirklichkeit wieder lebendig sichtbar gemacht wird. Erst dann begreifen wir den wahren Wert dieser einzigartigen Bilderzeitung, die in den Kampffahren, als Film, Funk und Presse dem Gedanken des Nationalsozialismus noch verschlossen waren, eines der wenigen Ausdrucksmittel bedeutete, die die Weltanschauung Adolf Hitlers im Großen und Ganzen ungehindert verbreiten konnte.“²¹⁴

²¹³ ULMER, Gertrud (1939): S. 110

²¹⁴ Ebd., S. 107

III.3 DIE GLEICHSCHALTUNG DER MEDIEN

Die Gleichschaltung der Medien war eigentlich nur die Umsetzung von bereits lange Geplanten, denn „(...) „nationalsozialistische Medienpolitik“ gab es schon lange vor 1933.“²¹⁵

„Das politische Ziel war die Monopolisierung und totalitäre Beherrschung der öffentlichen Kommunikation. Der Weg dorthin führte nicht allein über Zensur und Repression, sondern auch über ökonomische Konzentration und strukturelle Modernisierung.“²¹⁶

Vor allem das „Dauer-Wahlkampfjahr“ 1932²¹⁷ hatte die Kassen der Nationalsozialisten geleert. Die Maßnahmen der Gleichschaltung, die sich auch auf die Verlage erstreckten, hatten daher nicht nur zum Ziel, die Meinungsfreiheit der Medien zu beschränken und die Printmedien unter den Einfluss des NS-Regimes zu bekommen, sondern auch die leeren Kassen der Nationalsozialisten wieder aufzufüllen.

Zusätzlich zur finanziellen Konsolidierung der Staatskasse stellte das Verbot kommunistischer und sozialdemokratischer Zeitungen der NS-Regierung auch noch eine gut ausgestattete Infrastruktur zur Verfügung.

Während die linke Publizistik von der NS-Medienpolitik eher mit Ausschaltung bedroht wurde, „bestand sie gegenüber der bürgerlichen Presse (...) in einer sich schrittweise vollziehenden Formierung, institutionell wie personell.“²¹⁸

Welche „herausragende Rolle“ die Nationalsozialisten der Presse zugedacht hatten, zeigte sich darin, dass es bereits im Jahr 1933 drei Reichsleiter mit Medienkompetenzen gab: Dr. Otto Dietrich, Reichspressechef der NSDAP, Dr. Max Amann, Reichsleiter für die Presse, und Joseph Goebbels, Leiter des Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda.

Die Presselenkung unter der nationalsozialistischen Herrschaft vollzog sich auf drei Ebenen: der rechtlich-institutionellen, der ökonomischen und der inhaltlichen.²¹⁹

²¹⁵ FREI/SCHMITZ (1989): S. 20

²¹⁶ Ebd., S. 23

²¹⁷ Wahl des Reichspräsidenten, zwei Reichstags- und mehrere Landtagswahlen

²¹⁸ FREI/SCHMITZ (1989): S. 25

²¹⁹ Vgl. dazu ABEL (1968) und FREI/SCHMITZ (1989)

Fürs Erste bediente man sich noch des Instrumentariums der Notverordnung. Die erste „normativ geschützte Möglichkeit zur Durchsetzung nationalsozialistischer Ziele“ wurde am 4. Februar 1933 durch die „Verordnung des Reichspräsidenten zum Schutz von Volk und Staat“ geschaffen.

Zwar sollte die Notverordnung in erster Linie „zur Abwehr kommunistischer staatsgefährdender Gewaltakte“²²⁰ und der Festigung der Macht durch eine Reihe polizeilicher Maßnahmen dienen, mit Abschnitt II wurden aber auch die Beschlagnahmung und das Verbot von Druckschriften geregelt, die Versammlungsfreiheit reglementiert²²¹ und außerdem das „Grundrecht der Meinungs- und Pressefreiheit“ außer Kraft gesetzt.

*„Die NS-Presselenkung beruhte schlussendlich auf drei sich durchdringenden Organisationen, die jeweils von Partei, Staat beziehungsweise Berufstand ausgingen und durch Personalunion miteinander verbunden waren: die **NS-Pressleitung, das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP) und die Reichspressekammer in der Reichskulturkammer.**“²²²*

²²⁰ Eingangstext der Notverordnung vom 28.2.1933

²²¹ Vgl. dazu FAUSTMANN, Uwe Julius (1990): S. 45

²²² HERZ, Rudolf (1994): S. 79

III.3.1 Apparate der Presselenkung

III.3.1.1 Das Propagandaministerium

Zentrale Lenkungsbehörde war das am 11.3.1933 gegründete Ministerium für Volksaufklärung und Propaganda unter der Leitung von Dr. Joseph Goebbels. Das Ministerium gliederte sich anfangs in zehn, später in zwölf Abteilungen: Verwaltung und Recht, Propaganda, Rundfunk, Presse, Film, Theater, Musik, Bildende Kunst, Volkskulturelle Arbeit und Fremdenverkehr.

Abteilung IV, Presse

In die Abteilung IV, Presse, wurde die in der Weimarer Republik geschaffenen „Presseabteilung der Reichsregierung“ eingegliedert. „Damit wurde bekundet, dass Presse und Nachrichtenpolitik ausschließlich als staatliche Mittel der Volksführung zu gelten hatten, die ganz in der Hand des neuen Reichsministers Dr. Joseph Goebbels gelegen war.“²²³ Die Presseabteilung der Reichsregierung war zuständig für die Instruktion und Überwachung der gesamten Presse. „Die Regierung wird der Presse nicht nur Informationen, sie wird ihr auch Instruktionen geben.“²²⁴

Die Abteilung war wiederum in die Gruppen Inlandspresse, Auslandspresse, Lektorate, Drahtloser Dienst, Archiv der Reichsregierung und Bildpresse gegliedert. Die Leitung der Abteilung IV unterstand anfänglich Kurt Jahncke.

An der Spitze der Abteilung IV stand der „Pressechef der Reichsregierung“. Nach Staatssekretär Walter Funk hatte Dr. Otto Dietrich die Funktion bis 1945 inne. Der Reichspressechef der NSDAP, Dr. Otto Dietrich, leitete bereits seit 1931 die „Reichspressestelle der NSDAP“²²⁵.

„Mit der Vereinigung der staatlichen Funktionen des „Pressechefs der Reichsregierung“ und der Parteiaufgaben des „Reichspressechefs der NSDAP“ in der Person von Reichsleiter Dr. Dietrich war für die Organisation der

²²³ HAGEMANN, Walter (1947): S. 220

²²⁴ HEIBER, Helmut (1971): S. 250, Rede vom Dr. Joseph Goebbels vom 15.3.1933

²²⁵ Die Aufgabe der „Reichspressestelle der NSDAP“ war, die Zusammenarbeit der Parteipresse gemäß den Zielen der NSDAP zu regeln. Alle Hauptschriftleiter der parteiamtlichen Gaublätter waren dieser Stelle untergeordnet.

öffentlichen Meinungsbildung die völlige Beherrschung der Nachrichten- und Pressepolitik in Deutschland durch die Partei gewährleistet und nach außen hin kundgetan.“²²⁶

Abbildung 9 – Schautafel Bildpressewesen im Anhang

III.3.1.2 Das Bildpressereferat

Im Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda wurde ein eigenes „Bildpresse-Referat“ eingerichtet, „(...) das der wachsenden Relevanz der Fotografie in den Massenmedien Rechnung tragen und ihre weitere Durchsetzung im Sinne der „Aufbauarbeiten des nationalsozialistischen Deutschlands“²²⁷ forcieren sollte. Laut Willy Stiewe ist das ein Beweis für die große Bedeutung, die das Pressefoto als „Mittel der Volksführung“ für den Staat gewonnen hatte. Leiter des Bildpressereferats war Heiner Kurzbein.

Die Aufgaben des Bildpressereferats

In die Zuständigkeit des Bildpressereferats fielen neben den Angelegenheiten der illustrierten Presse auch die der Bildagenturen und die Anliegen der Pressefotografen.

„Das Bildpressereferat erkannte seine vordringliche Aufgabe in der Ausnutzung des Pressefotos im aufklärenden, erzieherischen und weltanschaulich propagandistischen Sinne und erfüllte sie,²²⁸“

1. durch Anregung zur bildpressemäßigen Behandlung staatspropagandistisch wertvoller Themen
2. durch Beratung der Bildberichterstatler und Schriftleiter
3. durch Vermittlung der Erlaubnis zum Photographieren bei staatswichtigen Anlässen
4. durch Kritik an Bildveröffentlichungen
5. durch Schaffung eines Pressephotoarchivs

²²⁶ SCHMIDT, Fritz (1947): S. 221

²²⁷ HERZ, Rudolf (1994): S. 79

²²⁸ STIEWE, Willy (1936): S. 122

Nicht nur die „Anregung zur bildpressemäßigen Behandlung staatspropagandistisch wertvoller Themen“, sondern auch die regelmäßig abgehaltenen „Bildpressebesprechungen mit den im Bildwesen tätigen Schriftleitern“ ermöglichten größtmöglichen Einfluss auf die Bildberichterstatter. Durch Auswahl und Vorgabe der Themen versuchte man die wahren Ziele der NSDAP zu verschleiern und eine „Gleichschaltung auf ganz bestimmte Verhaltensmuster und Denkschemata“²²⁹ zu erreichen.

Eine weitere Aufgabe des Bildpressereferats war die „Organisation der Bildberichterstattung bei öffentlichen Veranstaltungen“. Das Referat erteilte – „in enger Zusammenarbeit mit den örtlichen Veranstaltern und dem Reichsausschuß der Bildberichterstatter im RDP“²³⁰ immer nur einer bestimmten Anzahl von Bildberichterstatteern die Erlaubnis zu fotografieren. Die Beschränkung der Bildberichterstatter unter „Zuweisung einer Erlaubnis“ erfolgte nach Willy Stiewe durch „Auslosung oder gemeinsame Verständigung“. Als Grund für diese Maßnahme wurden meist „beengte räumliche Verhältnisse“ angeführt. Eher dürfte zutreffen, dass die NSDAP so eine Vorauswahl an regierungstreuen Bildberichterstatteern treffen und sich der „richtigen Sicht der Dinge“ (Selbstzensur) sicher sein konnte.

Diejenigen Fotografen, die keine Zulassung erhielten, konnten von den jeweilig zugelassenen Fotografen Bildmaterial beziehen, die Zensur der Bilder war damit doppelt gegeben.

Als Kennzeichnung der Bildberichterstatter diente eine Armbinde mit dem Aufdruck „Bildpresse“. „Eine Anzahl bewährter und zuvor besonders überprüfter Bildberichterstatter erhielt vom RMVP einen Dauerausweis in Zusammenhang mit einer roten Armbinde (mit Hoheitszeichen und Nummer), die sie allein dazu berechtigten, jederzeit bevorzugt von „Veranstaltungen von Staat und Partei“ zu berichten.“²³¹

Die Reglementierungen kannten auch hier keine Grenzen. Das RMVP erließ für die Bildberichterstatter sogar eine Kleiderordnung, um „die Würde der Veranstaltungen von Staat und Partei“ nicht zu stören. Getragen werden durfte die rote Bildberichter-Armschleife nur

²²⁹ HINKEL, Hermann (1975): S. 105

²³⁰ STIEWE, Willy (1936): S. 122

²³¹ HERZ, Rudolf (1994): S. 148

„(...) zur Uniform der NSDAP oder zu einem dunklen, zweireihigen Anzug mit langer Hose, weißem Oberhemd mit weißem Kragen und langem schwarzen Binder. Überbekleidung: schwarzer, langer „Lederol“-Mantel mit Gürtel. Weicher, dunkler Hut.“²³²

Tiefgreifender als die Anordnungen über die „Ausübung des Photographenberufs“ sieht Willy Stiewe allerdings „die Einflussnahme des nationalsozialistischen Staates auf das Pressephoto durch die berufsständische Regelung, die er (der Staat) mittels des Kulturkammergesetzes und des Schriftleitergesetzes durchgeführt hat“²³³.

„Wie er (der Staat) alle am Werke des Pressephotos Mitarbeitenden, Verleger, Bildredakteure und Pressephotographen, sichtet und nach genauen Richtlinien und Durchführungsbestimmungen, ausgestattet mit vollster Verantwortlichkeit, in seinem Sinne für Volk und Staat wirken lässt, das schafft ihm auch aus der Bildpresse ein Werkzeug, wie er es für die großen Aufgaben braucht, die seine Führer sich gestellt haben.“²³⁴

Mit dem verpflichtenden Beitritt aller Bildberichterstatter zum „Reichsverband der Deutschen Presse“ (RDP) und der durch das Schriftleitergesetz geregelten Zulassung zum ehemals freien Presseberuf - das die Bildberichterstatter „vom politischen Weisungsrecht des Verlegers entband und in die Pflicht des Staates nahm“²³⁵ - wurden die Bildberichterstatter „zu Sachwaltern des nationalsozialistischen Staates“ erklärt und darauf verpflichtet, ihren Beruf „im Einklang mit der nationalsozialistischen Weltanschauung“²³⁶ auszuüben.

²³² DEUTSCHE PRESSE Nr. 24/1936, S. 291

²³³ STIEWE, Willy (1936): S. 123

²³⁴ Ebd., S. 123

²³⁵ FREI, Norbert (1989): S. 90ff

²³⁶ HALE, Oron (1965): S. 93

III.3.1.3 Die Reichskulturkammer

Der Propagandaminister, Dr. Joseph Goebbels, schuf in seiner ersten Durchführungsverordnung zum Reichskulturkammergesetz sechs Körperschaften des öffentlichen Rechts, die „ausnahmslos auf die vorgefundenen Organisationen der verschiedenen Kulturzweige zurückgingen“. Durch diese Vorgehensweise wurde der Aufbau der Reichskulturkammer beschleunigt, weil die zeitraubende Neuordnung organisatorischer Strukturen wegfiel.

Die Reichsmusikkammer, die Reichskammer der Bildenden Künste, die Reichstheaterkammer, die Reichsschrifttumskammer, die Reichsfilmkammer, die Reichsrundfunkkammer und die Reichspressekammer wurden zu einer „Gesamtkörperschaft des öffentlichen Rechts“ vereinigt.

Während mit dem Schriftleitergesetz vom 4.10.33 der „Reichspressechef der NSDAP“, Reichsleiter Dr. Otto Dietrich, und Dr. Joseph Goebbels „freie Hand über den journalistischen Sektor des Zeitungswesens“ bekommen hatten, bekam Reichsleiter Dr. Max Amann mit der Durchführungsverordnung zum Reichskulturkammergesetz vom 1.11.1933 die Generalvollmacht für den verlegerischen Teil.

III.3.1.3.1 Die Aufgaben der Reichskulturkammer

„Die Reichskulturkammer hat die Aufgabe, (...) die deutsche Kultur in Verantwortung für Volk und Reich zu fördern, die wirtschaftlichen und sozialen Angelegenheiten der Kulturberufe zu regeln und zwischen allen Bestrebungen der ihr angehörenden Gruppen einen Ausgleich zu bewirken.“²³⁷ Dadurch sollten auch alle neuen Medien wie Presse, Rundfunk und Film an die Forderungen des nationalsozialistischen Staates angepasst werden.

²³⁷ Aus der Durchführungsverordnung zum Reichskulturkammergesetz I (1933): S. 797

III.3.1.3.2 Der Aufbau der Reichskulturkammer

Das Amt des Präsidenten der Reichskammer hatte, in Personalunion mit dem Amt des Reichsministers für Volksaufklärung und Propaganda und dem Amt des Reichspropagandaleiter der NSDAP, Dr. Joseph Goebbels inne. Als Vizepräsident wurde Walther Funk, Staatssekretär des Propagandaministeriums und Pressechef der Reichsregierung, eingesetzt.

Weiters berief der Präsident der Reichskulturkammer drei **Reichskulturwalter**²³⁸ ein, die die organisatorische Aufsicht über die Einzelkammern innehatten. An der Spitze der sieben Fachkammern standen die **sieben Fachkammerpräsidenten**. Sie bildeten den **Beirat der Reichskulturkammer, den Reichskulturrat**.

III.3.1.4 Die Reichspressekonferenz

Die Reichspressekonferenz, die mit Ende Oktober 1939 zu einer ständigen Einrichtung wurde, „(...) diente der einheitlichen Ausrichtung der verschiedenen Instrumente nationalsozialistischer Propaganda“.²³⁹

Vormittags trafen die Verantwortlichen mit dem Minister zur Ministerkonferenz zusammen. Danach wurden die Anweisungen durch die Pressereferenten abgestimmt und später als „Presseanweisungen“ an die Presse weitergeleitet.

Die in der Weimarer Republik begonnenen „regelmäßigen Pressekonferenzen der Reichsregierung“ wurden unter dem NS-Regime im Juli 1933 auch formell dem Reichspropagandaministerium eingegliedert.

Sie unterstanden der Presseabteilung des Ministeriums, ihr Vorsitzender war der Leiter der Abteilung IV (Presseabteilung) - später Abteilung Deutsche Presse - und war Reichspressechef Walter Funk, und später Dr. Otto Dietrich unterstellt.

Die Presseanweisungen waren beliebtes Mittel, um Weisungen, „(...) die oft lächerlich geringfügige Einzelheiten festlegten“²⁴⁰, an die Journalisten auszugeben.

²³⁸ Hans Hinkel, Franz Moraller und Hans Schmidt-Leonhardt

²³⁹ HAGEMANN, Jürgen (1970): S. 33

²⁴⁰ Ebd., S. 47

Auch für die Bildberichterstattung gab es zahlreiche Reglementierungen, die mittels Presseanweisung verlaublich wurden.

Neben Vorschreibung der Anzahl der zu veröffentlichen Bildern, wurden auch Bildunterschriften zu bestimmten Bildern mitgeliefert und die Abänderung des Textes mit Strafe bedroht oder ganze Bildserien vom Reichspropagandaministerium mitgeliefert, die von den Zeitungen und Zeitschriften publiziert werden mussten.²⁴¹

III.3.1.5 Die Reichspressekammer

Die Reichspressekammer setzte sich „aus den beiden wichtigsten Berufsorganisationen, dem Verein Deutscher Zeitungsverleger und dem Reichsverband der Deutschen Presse sowie elf weiteren Fachverbänden (...) zusammen“²⁴². Reichspresseleiter der NSDAP war Dr. Max Amann. Als Leiter der Reichspressekammer gehörte er neben den sechs anderen Fachkammerpräsidenten dem Reichskulturrat an, dem Dr. Joseph Goebbels als Vorsitzender der Reichskulturkammer vorstand.

„Die Reichspressekammer war als Körperschaft des öffentlichen Rechts auf der Grundlage des Reichskulturkammergesetzes vom 22.9.1933 konstituiert worden. Durch die Paragraphen 4, 10, 25 und 26 der „ersten Verordnung zur Durchführung des Reichskulturkammergesetzes“ vom 1.11.1933 erhielt Dr. Max Amann de facto die Herrschaft über die Privatpresse. „Mit diesen vier Paragraphen war Dr. Max Amann der Freibrief für das Stilllegen von privaten Zeitungen und Zeitschriften zugunsten des forcierten Wachstums des Pressekonzerns der NSDAP in die Hand gegeben.“²⁴³

„Der Pressekammer mussten die im Pressewesen bestehenden Verbände und Standesorganisationen angehören und folglich alle, die im Presseberuf tätig waren.“²⁴⁴

Drei Anordnungen des Präsidenten der Reichspressekammer und Generaldirektors des Zentralverlages der NSDAP (Franz Eher Verlag) aus dem

²⁴¹ Vgl. dazu HAGEMANN, Jürgen (1970): S. 47ff

²⁴² HALE, Oron (1965): S. 97

²⁴³ SCHMIDT, Fritz (1947): S. 20

²⁴⁴ NOELLE-NEUMANN/SCHULZ/WILKE (2002): S. 485

Jahr 1935 bildeten das „Instrumentarium zur Inbesitznahme der bürgerlichen Verlage“²⁴⁵.

- 1. Anordnung der Reichspressekammer zur Schließung von Zeitungsverlagen zwecks Beseitigung ungesunder Wettbewerbsverhältnisse**
- 2. Anordnung zur Beseitigung der Skandalpresse**
- 3. Anordnung zur Wahrung der Unabhängigkeit des Zeitungsverlagswesens**

Von 1933 bis 1944 gab es immer wieder Stilllegungswellen. Dadurch befanden sich Ende 1944 noch 625 Zeitungen mit einer Auflage von 4,4 Millionen Exemplaren in Privateigentum, 352 Tageszeitungen mit einer Auflage von 21 Millionen Exemplaren waren in der Hand der NSDAP.

Die absolute Kontrolle und konsequente Übertragung der nationalsozialistischen Ziele auf den Staat versuchte man durch Häufung von Staats-, Partei- und Berufsverbandfunktionen auf wenige Personen zu erreichen.

So war Dr. Joseph Goebbels gleichzeitig Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda, Reichspropagandaleiter der NSDAP und Präsident der Reichskulturkammer. Dr. Max Amann war Reichsleiter für die Presse der NSDAP und Präsident der Reichspressekammer, Otto Dietrich Reichspressechef der Regierung und der Partei und Präsident des Reichsverbands der deutschen Presse.

Trotz aller Maßnahmen wurde jedoch die „vollständige Zentralisierung und Monopolisierung“²⁴⁶ nie erreicht.

Kompetenzstreitigkeiten und Rivalitäten innerhalb der Führungsspitze führten allzu oft zu einem Kompetenzwirrwarr. Auch für den Propagandaapparat im „Dritten Reich“ galt ein System, „(...) das für totalitäre Herrschaft kennzeichnend ist: „Das System der Multiplikation identischer Institutionen“. Nach Hagemann

²⁴⁵ Alle drei Anordnungen stammen 24.4.1935

²⁴⁶ Vgl. dazu FREI/SCHMITZ (1989): S. 33

war es eine Taktik Hitlers, aus machtpolitischen Erwägungen Kompetenzen niemals klar abzugrenzen.²⁴⁷

Zu den machtpolitischen Kämpfen und Kompetenzstreitigkeiten zwischen Parteiinstanzen und staatlichen Stellen kamen noch strukturimmanente Probleme hinzu. Nach Frei und Schmitz wurden ca. 80 bis 100.000 Anweisungen im Laufe eines Jahres ausgegeben, „(...) wodurch die Glaubwürdigkeit – und damit auch die indoktrinatorische Wirksamkeit – der Massenmedien Schaden nehmen musste.“²⁴⁸

Die wachsende Einförmigkeit der Medien mit ihren immer gleichen Parolen trug im Februar 1934 zu einem „politischen Stimmungstief“ bei, dass sogar in den Medien aufgegriffen und vor allem von der ausländischen Presse mit Hohn bedacht wurde.

In seiner Rede am ersten Reichspressetag des Reichsverbandes der Deutschen Presse²⁴⁹ am 18.11.1934 versuchte Dr. Joseph Goebbels diesem Umstand entgegenzuwirken und forderte ganz offen von den Journalisten eine „neue Sachlichkeit“ ein,

„(...) die sich mit Ernst, mit Nüchternheit und derselben Sentimentalitätslosigkeit der Probleme der Zeit bemächtigt und sie mit eben demselben Ernst, derselben Nüchternheit und derselben Sentimentalitätslosigkeit darzustellen versucht. Und zwar in der Überzeugung, daß der Rausch und die Begeisterung nicht Jahrzehnte anhalten können und daß deshalb weitblickende Männer des öffentlichen Lebens gut daran tun, zur rechten Zeit aus der Atmosphäre des Rausches und des Überschwangs überzutreten in die Atmosphäre einer sachlichen Bearbeitung der Probleme des Alltag und der Zeit. (...) und wenn heute die feindliche Emigrantenpresse glaubt feststellen zu müssen, daß in Deutschland nicht mehr so viel Hurra geschrien werde, so mag das schon stimmen, aber das lag ja in unserer Zielsetzung. Denn wir wollten aus dem Rausch der Revolutionsmonate nun an die sachliche Arbeit zurückkehren und wollten nun die ganze Begeisterungsfähigkeit und den

²⁴⁷ Vgl. dazu HAGEMANN, Jürgen (1970): S. 27

²⁴⁸ FREI/SCHMITZ (1989): S. 34

²⁴⁹ Sitzungssaal des ehemaligen Preußischen Herrenhauses in Berlin

leidenschaftlichen Idealismus unseres Volkes auf diese sachliche Arbeit konzentrieren“²⁵⁰

Angesichts des nationalsozialistischen Verständnisses von der Presse als „Erzieherin des Volkes“ und „wichtiges Mittel zur geistigen Führung der Nation“ zeigte sich Dr. Joseph Goebbels besorgt, dass sich - auf Grund der Gleichförmigkeit der Medien - die Presse als „Mittel der Volksaufklärung“ zu stark abnutzen könnte, denn im Gegensatz zur Propaganda,

„(...) darf man nicht immer trommeln. Denn wenn man immer trommelt, dann gewöhnt das Publikum sich allmählich an den Trommelton und überhört ihn dann. (...) In der Propaganda ist es ähnlich. Wenn wir immer schreien und krakeelen wollten, dann würde sich die Öffentlichkeit allmählich an das Geschrei gewöhnen.“²⁵¹

Alle weiteren Versuche der Uniformität der Presse entgegenzuwirken „mussten am unaufgebbaren Anspruch auf totalitäre Kontrolle der öffentlichen Kommunikation scheitern“²⁵².

Alles in allem hatte die NS-Führung mit einem erheblichen Auflagenrückgang zu kämpfen, der erst wieder mit dem Informationsbedürfnis der Bevölkerung bei Kriegsbeginn abflachte.

Trotz zahlreicher Lenkungsmaßnahmen schaffte es das NS-Regime nicht, die Presse lückenlos gleichzuschalten. Die offiziell stets hervorgehobene „Einheitlichkeit des politischen Willens und die klare Organisation des „Führerstaates“²⁵³ blieben daher auch in Hinsicht auf die „Gleichschaltung der Medien“ nur Fiktion.

Abbildung 10 – Übersicht Presseapparate im Anhang

²⁵⁰ Zitiert aus HEIBER, Helmut (1971): Goebbels Reden Band 1: 1932-1939, S. 179

²⁵¹ Ebd., S. 179

²⁵² FREI/SCHMITZ (1989): S. 35

²⁵³ Ebd., S. 33

III.4 DIE ZEITUNGSWISSENSCHAFT AUF DEM WEG ZUR PUBLIZISTIK

*„Insofern ist die Zeitungswissenschaft zu einer
„hervorragenden nationalen Wissenschaft“
geworden (...) Wegen ihrer Eigenarten (...) kann
man sie sogar als eine „hervorragend
nationalsozialistische Wissenschaft“
bezeichnen!“ (Hans A. Münster)*

Die Zeitungswissenschaft war während der Zeit des Nationalsozialismus von zwei Diskussionen geprägt: einerseits von der Auseinandersetzung im „Hinblick auf die Erweiterung der Pressekunde zu einer „Führungswissenschaft Publizistik“, also die Ausweitung des Forschungsgebietes auf alle publizistischen Medien, andererseits bekam - genährt durch den Wahlerfolg der NSDAP am 30.1.1933, der als „Beweis für die Wirksamkeit der Waffe Propaganda“ gesehen wurde, - die Diskussion über die Schaffung einer Propagandawissenschaft wieder neuen Nährboden.

Bereits seit den 20er Jahren wurde die Ausweitung der Zeitungswissenschaft zur Publizistik diskutiert. Mit der Machtübernahme der Nationalsozialisten schien nun auch die Erweiterung der Zeitungswissenschaft um die visuellen Medien und damit auch eine politische Aufwertung der Disziplin in greifbare Nähe gerückt. Die Diskussion um die Erweiterung der Zeitungswissenschaft zur publizistischen Wissenschaft, eine Ausweitung auf „alle publizistischen Erscheinungsformen“²⁵⁴, entflammte wieder neu und fand vor allem in den wichtigsten wissenschaftlichen Vertretern wie Prof. Hans A. Münster und Prof. Emil Dovifat ihre Befürworter. Ihnen gegenüber stand Prof. Dr. Walther Heide und der Deutsche Zeitungswissenschaftliche Verband (DZV) die sich vehement gegen die Erweiterung der Disziplin aussprachen.

Unter Heide, dem Präsidenten des Deutschen Zeitungswissenschaftlichen Verbandes, der sich selbst zum „Sachwalter und organisatorischen Mentor der Disziplin“ machte und selbst kurze Zeit Leiter der Abteilung IV (Presse) des Reichsministeriums für Propaganda gewesen war, wurden alle Institute unter dem Dach des DVZ organisiert und die Namen auf „Institut für Zeitungswissenschaft“ vereinheitlicht. „Heide war derjenige, der die Disziplin

²⁵⁴ BUSSEMER, Thymian (2008): S. 158

nach 1933 de facto gleichschaltete (...) und eng an das Propagandaministerium band.“²⁵⁵

Mitte der 30er-Jahre gipfelte die Diskussion um eine Erweiterung der Zeitungswissenschaft zu einer „Führungswissenschaft Publizistik“ in einem erbitterten wissenschaftspolitischen Streit, „(...) wobei auf Seiten der Befürworter nationalsozialistische Wissenschaftler standen, auf Seiten der Gegner dagegen nationalsozialistische Pressepolitiker, die auf Geheiß des Regimes die projektierte Propagandawissenschaft bekämpften.“²⁵⁶

Erst in den 40er Jahren kam es zu einem Kompromiss zwischen den Zeitungswissenschaftlern rund um Heide und den „Publizisten“ rund um den Leipziger Institutsdirektor Münster. Auf der DZV-Dozenten-Tagung vom 7. bis 9. Mai 1942 in Wien einigte man sich auf folgende Formulierung:

*„Die Zeitungswissenschaft befasst sich in der Forschung und Lehre mit der gesamten Presse sowie mit der Nachrichtenpublizistik, d.h. mit dem Einsatz der Nachrichten als Darstellungsformen.“*²⁵⁷

Die Zeitungswissenschaft, die immer noch nach der ihr zustehenden Anerkennung suchte und immer wieder Anfeindungen der Praktiker ausgesetzt war, sah die Chance gekommen, das Fach in den „Mittelpunkt der wissenschaftlichen und politischen Aufmerksamkeit“ zu rücken. Im Vordergrund stand dabei vor allem die Chance die Zeitungswissenschaft politisch aufzuwerten, auch wenn das die Instrumentalisierung der Zeitungswissenschaft für die Interessen des Regimes zur Folge hatte.

Das Ziel von Zeitungswissenschaftlern wie Münster und Dovifat war, die Theorie der Zeitungskunde den Praktikern näherzubringen und damit die Anerkennung ihres Faches zu erreichen. Das Schriftleitergesetz vom Oktober 1933 und die damit verbundene Aufwertung der Zeitungswissenschaft trugen ihr Übriges zum neuen Selbstverständnis der Zeitungswissenschaft bei.

„Es darf nicht sein, dass einerseits die wissenschaftliche Erforschung des Presse- und Propagandawesens ohne nennenswerte Unterstützung durch die Praxis vor sich gehen muß und dass andererseits die Pressefachleute versäumen, sich die Erkenntnisse

²⁵⁵ BUSSEMER, Thymian (2008): S. 157

²⁵⁶ Ebd., S. 155

²⁵⁷ Zit. Nach BENEDIKT, Klaus-Ulrich (1986): S. 167

*der Wissenschaft nutzbar zu machen, und dass endlich der journalistische Nachwuchs der deutschen Publizistik entweder in rein praktischer Ausbildung oder nur in wissenschaftlichen Gedankengängen heranwächst.*²⁵⁸

Auf den folgenden Seiten möchte ich die wichtigsten wissenschaftlichen Vertreter des Faches zu Wort kommen lassen und andererseits, aber auch den von der Praxis kommenden Willy Stiewe, der als *der* wichtigste Theoretiker der nationalsozialistischen Bildpublizistik gilt, vorstellen. Er steht einerseits für die Praktiker in der Wissenschaft, die durch ihr Wirken ihre Anerkennung der Schriftleiter erlangen wollten und andererseits steht er symbolisch für den Weg der Zeitungswissenschaft auf dem Weg zur Publizistik. Er untersuchte, mit Unterstützung von Dovifat „(...) Fragen, die über das rein Theoretische hinausgehen und in der Praxis für Bildnachrichtenbeschaffung und –behandlung von beträchtlicher Bedeutung sind.“²⁵⁹

III.4.1 Die Vertreter der Wissenschaft

III.4.1.1 Prof. Dr. Hans A. Münster

„Gekennzeichnet ist die akademische Medienforschung des Dritten Reiches vor allem durch ihren Verlust an wissenschaftlicher Substanz.“²⁶⁰ Nur die Gruppe um Hans A. Münster in Leipzig erfüllte laut Bussemer, Assistent an der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt/Oder, die gängigen Kriterien der Wissenschaftstheorie. Im „abgeschotteten Mikrokosmos“ des Zeitungswissenschaftlichen Instituts in Leipzig kam es zur „Anwendung empirischer Methoden in der Medienwirkungsforschung“. Allerdings brach Münster insofern mit einer sozialwissenschaftlichen Orientierung, als sie bewusst in den Dienst des totalitären Staates gestellt wurde. „Münster zielte nicht auf eine prozessorientierte Vorstellung von Kommunikation als freier gesellschaftlicher Vermittlung, sondern auf autoritär dirigierte Kommunikationsabläufe.“²⁶¹

²⁵⁸ zitiert nach BUSSEMER, Thymian (2008): S. 155ff Aus dem Mitteilungsblatt der Zeitungswissenschaftlichen Vereinigung Heidelberg Nr. 1 vom 25.11.1934

²⁵⁹ STIEWE, Willy (1932): Vorwort

²⁶⁰ BUSSEMER, Thymian (2008): S. 194

²⁶¹ AVERBECK, Stefanie (1999): S. 132f.

Münster, der schon früh mit den Nationalsozialisten sympathisierte, erhielt 1933 die Professur²⁶² der Zeitungswissenschaft an der Universität in Leipzig und galt, neben Dovifat und D' Ester, als einer der einflussreichsten Zeitungswissenschaftler dieser Zeit. „Seine empirisch–zeichentheoretisch ausgerichtete Konzeption der Publizistikwissenschaft kam von allen um 1933 existierenden Ansätzen einer NS-Propagandawissenschaft am nächsten.“²⁶³

„Mein Thema (Anmerkung: „Der Sinn der Zeitungswissenschaft“) ist also nur die Anwendung eines Leitsatzes unseres Staatsbaus auf eine Teilaufgabe: die Volksaufklärung, Publizistik und Propaganda dieses Staates. Die Richtlinien dazu müssen sich aus jener Zeit herbeiholen lassen, als der Charakter des deutschen Volkes noch rein und unverfälscht von artfremden Elementen zutage getreten ist.“²⁶⁴

Münster als „nützlicher Helfer“ des neuen Regimes

Bereits in seiner Antrittsrede „Der Wille zu überzeugen – ein germanischer Wesenszug“ ließ er keinen Zweifel daran, in welche Richtung er die Publizistik voranbringen wollte.

Ganz offen trat er für eine Zusammenarbeit der deutschen Zeitungswissenschaft mit der nationalsozialistischen Staatsführung ein, denn „das Zeitungswesen der einzelnen Länder ist, wie wir gesehen haben, völkisch und rassistisch bedingt.“²⁶⁵ In seinen Arbeiten wird deutlich, wie rasch sich die Wissenschaft den neuen Gegebenheiten und der nationalsozialistischen Idee unterordnete und dadurch ebenfalls Teil der Propagandamaschinerie der Nationalsozialisten wurde.

In seiner Antrittsvorlesung formulierte er drei Aufgaben der Zeitungswissenschaft.²⁶⁶

1. Die erste große „volkserzieherische Aufgabe der Zeitungswissenschaft im Rahmen der allgemeinen politischen Erziehungsarbeit besteht darin, Verständnis zu verbreiten für die Notwendigkeit und Art unserer Propaganda und unserer Publizistik“.

²⁶² ebenfalls eine Professur an der Universität Leipzig hatte D' Ester

²⁶³ BUSSEMER, Thymian (2008): S. 196

²⁶⁴ Ebd., S 3

²⁶⁵ MÜNSTER, A. Hans (1934): Der Sinn der deutschen Zeitungswissenschaft, S. 150

²⁶⁶ MÜNSTER, A. Hans (1934): Antrittsvorlesung 17.4.1934, ohne Seitenangabe

2. Die zweite Aufgabe der Zeitungswissenschaft besteht darin, „(...) sich sowohl mit der Eigenart der Volksbeeinflussung und geistigen Volksführung aller Völker und Zeiten, als auch mit den Methoden im einzelnen auseinanderzusetzen, mit dem Wesen der Publizistik, wie auch mit den Mitteln und dem Handwerkszeug zur Durchführung der publizistischen und propagandistischen Absichten.“

3. Die dritte Aufgabe der Zeitungswissenschaft ist eine „pädagogische Aufgabe“ und erwächst der Zeitungswissenschaft „aus der Verpflichtung, die ihr das neue Schriftleitergesetz gibt.“

Für den Beruf des Schriftleiters waren - seiner Meinung nach - neben einer „natürlichen Begabung“, die jeder Schriftleiter haben musste, auch „Kenntnisse vom Volk“ notwendig, die sowohl in der Praxis als auch durch die Theorie erworben werden mussten. Für die theoretische Ausbildung der Schriftleiter unterbreitete Münster einen Vorschlag, wie ein „Studienplan der zukünftigen Schriftleiter“ aussehen sollte.

Der Studienplan der zukünftigen Schriftleiter²⁶⁷ sollte folgende Fächer umfassen:

- 1. Wissenschaft vom Volk und den fremden Völkern**
- 2. Politik und Geschichte**
- 3. Ein für die inhaltliche Gestaltung der Zeitung oder der sonstigen publizistischen Tätigkeit infrage kommendes Fachgebiet, also z.B. Nationalökonomie, Literaturwissenschaft, Leibesübungen oder Kommunalpolitik**
- 4. Kenntnisse über politische Führungsmittel und –methoden**

Dabei sollte die Zeitungswissenschaft den Schriftleitern die „politischen Führungsmittel und –methoden lehren. Darüber hinaus sollte die Zeitungswissenschaft den Schriftleitern die „Verschiedenartigkeit der Wirkungsweise der verschiedenen Beeinflussungsmittel“ zeigen und ihnen einen „Gesamtüberblick über ihr zukünftiges Berufsfeld“ verschaffen.²⁶⁸

²⁶⁷ MÜNSTER, A. Hans (1934): Antrittsvorlesung 17.4.1934, o. S.

²⁶⁸ Ebd., o. S.

Die zukünftigen Schriftleiter sollten lernen „die Zeitung als Ganzes zu betrachten, also nicht nur die „(...) geistigen, sondern auch die wirtschaftlichen, rechtlichen und technischen Voraussetzungen der Zeitungsherstellung“.

III.4.1.2 Prof. Dr. Emil Dovifat

Der Berliner Zeitungs- und Publizistikwissenschaftler Emil Dovifat galt neben Münster als einer der wichtigsten Verfechter der Ausweitung der Zeitungswissenschaft zur Publizistik. Bereits 1932 hielt er eine Vorlesung zum Thema „Bild und Karikatur als publizistisches Kampfmittel“²⁶⁹ ab.

Neben seinen anerkannten Leistungen als Wegbereiter der Publizistik kann er aber auch „(...) als einer der bedeutendsten deutschen Beiträge zu einer Theorie der publizistischen Führung gesehen werden.“²⁷⁰ Noch vor der Machtübernahme der Nationalsozialisten hielt er 1931 eine seiner universitätsöffentlichen Vorlesungen, die Publice-Veranstaltung unter dem Titel „Die publizistische Führung der Massen in der Gegenwart“, ab.

1924 wurde Dovifat Assistent am neu gegründeten „Deutschen Institut für Zeitungskunde“ (DIZ) in Berlin, ab 1926 stellvertretender Direktor des Instituts. 1928 übernahm er die Leitung des Deutschen Institutes für Zeitungswissenschaft in Berlin. 1934 wurde er nach einer kritischen Rede vor 60.000 Katholiken in Berlin vom nationalsozialistischen Kultusministerium „überraschend in den Ruhestand versetzt“. Nach seiner Rehabilitierung wurde Dovifat am 22.12.1934 ein zweites Mal vereidigt, dieses Mal auf den nationalsozialistischen Führerstaat.

Während bei Münster auf Grund seiner Schriften an seiner nationalsozialistischen Gesinnung kein Zweifel bestand, war Dovifat eher einer der Professoren, „(...) der sich nicht mit absoluter Überzeugung und Fanatismus den nationalsozialistischen Machthabern hingab,“²⁷¹

dessen wissenschaftlicher Ansatz zwar eine „hohe Kongruenz zu den Erwartungen und Vorstellungen der Nationalsozialisten aufwies, der aber im

²⁶⁹ Vgl. Dazu BUSSMER, Thymian (2008): S. 211

²⁷⁰ BUSSEMER, Thymian (2008): S. 196

²⁷¹ BERNHARD, Siegfried (1997): S. 50

Dritten Reich trotzdem auf politischen und wissenschaftlichen Widerstand stieß und letztlich innerhalb des Regimes eine isolierte Randfigur blieb.“²⁷²

Bernhard beschreibt die Anpassung von Dovifats wissenschaftlicher Arbeit an die Bedingungen nach 1933 anhand einiger Textpassagen in seinem Werk „Zeitungswissenschaft“: „So wurde aus der „Meinungsstilform“ die „Führungsstilform“ und aus der „Subjektivität der Zeitung“ die „willensbildende Aufgabe der Zeitung“.“²⁷³ Nach 1945 war Emil Dovifat Mitbegründer der CDU und Herausgeber der Tageszeitung „Neue Zeit“. 1948 wurde er Mitbegründer der Freien Universität Berlin und Leiter des Instituts für Publizistik. Die Kontroversen über Dovifat, insbesondere seine Rolle im Dritten Reich, dauern bis heute an.

III.4.2 Das Schriftleitergesetz und seine Auswirkung auf die Zeitungswissenschaft

1934 wurden von Prof. Dr. Heide, dem Präsidenten der „Deutschen Zeitungswissenschaftlichen Vereinigung“, alle Institute der deutschen Zeitungswissenschaft (Prof. Dr. Dovifat, Leiter des deutschen zeitungswissenschaftlichen Instituts in Berlin, Prof. Dr. D`Ester, Leiter des zeitungswissenschaftlichen Instituts in München, Prof. Dr. Münster, Leiter des zeitungswissenschaftlichen Instituts in Leipzig, und Direktor Schwaebe, Leiter des zeitungswissenschaftlichen Instituts in Köln) mit der Ausarbeitung eines „reichseinheitlichen Lehrplans für die Zeitungswissenschaft beauftragt. Der Lehrplan trat durch Erlass des Reichsministers für Wissenschaft, Erziehung und Volksbildung 1935 in Kraft.

Der Lehrplan (6 Semester) umfasste folgende Fächer:

- 1. Die publizistischen Führungsmittel**
- 2. Die Geschichte des Zeitungswesens**
- 3. Zeitungswissenschaft I: Theoretischer Aufbau und praktische Arbeit**
- 4. Zeitungswissenschaft II: Politischer Einsatz und öffentliche Wirkung**
- 5. Das Zeitungswesen im Ausland**
- 6. Zeitschriftenwesen**
- 7. Das Schriftleitergesetz**

²⁷² BUSSEMER, Thymian (2008): S. 206

²⁷³ BERNHARD, Siegfried (1997): S. 51

„Dieser Lehrplan hat zur Grundlage, dass das Studium der Zeitungswissenschaft vor kurzem eine entscheidende gesetzliche Grundlage gefunden hat. Und zwar durch die Verordnung über das Inkrafttreten und die Durchführung des Schriftleitergesetzes vom 19. Dezember 1933.“²⁷⁴ Dieses besagte in §18, Abschnitt 2, dass Personen, die ein akademisches Studium nachweisen können, das „in Verbindung mit einem für die Gestaltung des Inhalts der Zeitung und Zeitschrift wichtigen Wissensgebiet“ steht, Aussicht auf Befreiung vom Erfordernis der fachmännischen Ausbildung²⁷⁵ für die Dauer von einem halben Jahr haben.

Als „fachmännisch ausgebildet“ galt, wer sich „durch eine mindestens einjährige Ausbildung bei der Schriftleitung einer deutschen Zeitung oder einem Unternehmen (...) die Kenntnisse eines Schriftleiters erworben hat und dies durch ein Zeugnis der Schriftleitung nachweist.“²⁷⁶

Eine Befreiung vom Besuch der Reichspresseschule konnte vom Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda bewilligt werden.

Von der Zeitung kommen wir und bei der Zeitung bleiben wir²⁷⁷

Durch die oben angeführten neuen gesetzlichen Grundlagen kam der Zeitungswissenschaft für die zukünftige Ausbildung der Schriftleiter eine weit größere Bedeutung als bisher zu und somit würde „(...) ein entscheidender Schritt der Verständigung zwischen Zeitungswissenschaft und journalistischer Praxis getan.“²⁷⁸

Obwohl unter „die publizistischen Führungsmittel“ die Behandlung „sämtlicher Führungsmittel“ wie Zeitung, Zeitschrift, Rundfunk, Film, Plakat, Rede, Theater usw. fiel, war auch deutlich eine „Gegenbewegung innerhalb der Zeitungswissenschaft“²⁷⁹ spürbar als Heide die Rückkehr zur Zeitung verfügte und sich für ein Festhalten an der Wissenschaft als reine Zeitungskunde aussprach.

²⁷⁴ ZANKL, Ludwig (1936): S. 8

²⁷⁵ Vgl. dazu SCHMIDT-LEONHARDT, Hans/GAST, Peter (1933): S. 66ff

²⁷⁶ SCHMIDT-LEONHARDT, Hans/GAST, Peter (1933): S. 24

²⁷⁷ HEIDE, Walther (1936): Jahrestagung des DVZ

²⁷⁸ ZANKL, Ludwig Dr. (1936): S. 12

²⁷⁹ BENEDIKT, Klaus-Ulrich (1986), S. 163

III.4.3 Zeitungswissenschaft und Bildpublizistik

*„Die äußeren Lebensformen eines Volkes und **die Methoden seines Kampfes ums Dasein werden andere von Jahrhundert zu Jahrhundert.** Und dürfen andere werden – darin zeigt sich der Fortschritt der Menschheitsentwicklung, begünstigt nicht nur durch die Technik, sondern auch durch die geistige und wirtschaftliche Entwicklung des Volkes.“²⁸⁰*

Während Prof. Dr. Heide, der Präsident der „Deutschen Zeitungswissenschaftlichen Vereinigung“, die Presse als „*das Zentrum* der zeitungswissenschaftlichen Arbeit“²⁸¹ sah, traten die „Publizisten“ Dovifat und Münster für eine Erweiterung des Faches um die visuellen Medien ein.

Vor allem Prof. Dovifat drängte auf eine rasche Erweiterung, vor allem das Medium der Fotografie sollte eingebunden werden. Denn für ihn stellte die Fotografie „(...) das seit jeher volkstümlichste Mittel zu bilden, zu führen und zu unterrichten“ dar. „Das Bild spricht unmittelbar zur breitesten Masse“ und ist deshalb zu einem der tragendsten Mitteln geistiger Führung und Unterrichtung“²⁸² geworden.

Die Zeitungswissenschaft beschäftigte sich schon seit den 30er Jahren intensiv mit der „Wirkungsmöglichkeit der Fotografie als publizistisches Führungsmittel“.

„Hier (beim Bild) braucht der Mensch noch weniger verstandesmäßig zu arbeiten; es genügt zu schauen, höchstens noch ganz kurze Texte zu lesen, und so werden viele eher bereit sein, eine bildliche Darstellung aufzunehmen, als ein längeres Schriftstück zu lesen. Das Bild bringt in viel kürzerer Zeit, fast möchte ich sagen, auf einen Schlag, dem Menschen eine Aufklärung, die er aus Geschriebenem erst durch langwieriges Lesen empfängt.“²⁸³

²⁸⁰ MÜNSTER, Hans A. (1934): S. 3

²⁸¹ Ebd., S. 19

²⁸² DOVIFAT, Emil (1968), S. 85

²⁸³ HITLER, Adolf (1938): S. 526

III.4.4 „Der Praktiker“ Willy Stiewe

„Für jeden, der sich – theoretisch oder praktisch – mit dem Zeitungswesen befasst, ergibt sich auch die selbstverständliche Pflicht, sich mit dem Pressefoto, seiner Technik und seiner Anwendung in der öffentlichen Meinungsbildung grundsätzlich auseinanderzusetzen.“ (Willy Stiewe)

Willy Stiewe galt als einer der wichtigsten Theoretiker der nationalsozialistischen Bildpublizistik. Geboren am 27.6.1900, war er nach einem abgebrochenen Jurastudium bei verschiedensten illustrierten Zeitschriften in Berlin tätig. Ab 1931 war er Hauptschriftleiter der „Neuen Illustrierten Zeitung“. 1927-1930 und 1934-1935 studierte er in Berlin und Leipzig Zeitungswissenschaft.

Seine in den Jahren 33 bis 36 entstandenen Arbeiten: „Das Bild als Nachricht“, „Das Bild als publizistisches Mittel“, „Handbuch der Bildpresse“ und „So sieht uns die Welt“, ermöglichen einen genauen Einblick in die Bildpublizistik im Dritten Reich.

Seine jahrelange praktische Tätigkeit im Bildnachrichtenwesen sollte es ihm ermöglichen „(...) das weite Gebiet der Bildberichterstattung in seiner Vielgestaltigkeit zu erfassen, seine Grenzen abzustecken und auch seine Möglichkeiten aufzuzeigen.“²⁸⁴

Seine Arbeiten wurden vor allem von Prof. Dovifat gefördert und sollten einerseits die Erweiterung der Zeitungskunde zur Publizistik vorantreiben, und andererseits die der Zeitungswissenschaft immer noch skeptisch gegenüberstehenden Schriftleiter für das Fach der Zeitungswissenschaft interessieren.

Seine praktische Tätigkeit im Bildnachrichtenwesen sollte Anregungen geben, das Gebiet der Bildberichterstattung nach allen Richtungen zu durchdringen und Fragen zu behandeln, die in der Praxis von Bedeutung sind.

Theorie und Praxis

Das Pressefoto als publizistisches Mittel

Willy Stiewes, auf Anregung Prof. Dr. Hans Münster entstandene, Dissertation „Das Pressephoto als publizistisches Mittel“ ist eine der Wichtigsten, weil eine

²⁸⁴ STIEWE, Willy (1932): Vorwort

der ersten Dissertationen in dieser Zeit, die sich detailliert mit dem Thema der Bildpublizistik auseinandersetzten. Viele folgende Veröffentlichungen zu diesem Thema beziehen sich auf seine Arbeiten.

Im Zentrum von Willy Stiewes wissenschaftlichen Arbeiten stand allerdings weniger die visuelle Kommunikation an sich, als primär deren Einsatz als Propagandainstrument für den nationalsozialistischen Staat. Er zeigt, „(...) welche Wandlung sich vollzogen hat, und wie auch das Pressefoto als Mittel der öffentlichen Meinungsbildung eingereicht wird in die Volksaufklärung und Propaganda im nationalsozialistischen Sinne.“²⁸⁵

Die „**politische Beeinflussung**“ stand für ihn als „Grundvoraussetzung für die Fotografie als publizistisches Mittel“ bereits fest. *Denn* „jede Photographie (...), die zu politischer Beeinflussung benutzt wird, (...) ist demnach ein publizistisches Mittel“.

Willy Stiewe versuchte Stellung, Aufgaben und Wesensmerkmale der Pressefotografie herauszuarbeiten²⁸⁶, die Bedeutung des Pressefotos zu beweisen und gleichzeitig die Bildpublizistik als neues Forschungsfeld auf der Universität zu etablieren. In seinem Bestreben „(...) die Pressefotografie als politisches Führungsmittel zu beweisen“²⁸⁷, wurde er sowohl von Prof. Dovifat als auch von Prof. Münster unterstützt, die damit halfen, der Bildpublizistik den Weg in die Forschung zu ebnen.

Willy Stiewe, selbst Schriftleiter, trat für eine enge Zusammenarbeit zwischen den Praktikern und den Wissenschaftlern ein, um eine „geistige Willensbildung (Anmerkung: der Schriftleiter) im Sinne des nationalsozialistischen Staates“ gewährleisten zu können.

Ähnlich wie Willy Stiewe versuchte auch Dr. Ludwig Zankl, ebenfalls ein Schriftleiter, „(...) eine Brücke der Verständigung zu schlagen, zwischen der journalistischen Praxis und der Zeitungswissenschaft“²⁸⁸, um der „(...) deutschen Zeitungswissenschaft den Platz in der wissenschaftlichen Welt zu erobern, der ihr gehört“.²⁸⁹

²⁸⁵ STIEWE, Willy (1932): S. III

²⁸⁶ Siehe dazu auch Dovifat und Wehlau

²⁸⁷ STIEWE, Willy (1936): S. III

²⁸⁸ ZANKL, Ludwig Dr. (1936): Vorwort

²⁸⁹ Ebd., siehe dazu „Die Zukunft der Zeitungswissenschaft“ (1936) und „Zeitungsbild und Nationalpropaganda“ (1937)

In seinen Ausführungen brachte er die zukünftige Aufgabe der Zeitungswissenschaft auf den Punkt: Die „(...) Hauptaufgabe der Zeitungswissenschaft besteht darin, im Rahmen einer allgemeinen politischen Erziehung und Schulung das notwendige Verständnis für die nationalsozialistische Propaganda und politische Publizistik zu schaffen“²⁹⁰, mit dem Ziel, „(...) im Sinne des nationalsozialistischen Staates im Dienste der politischen Meinungsbildung zu wirken.“²⁹¹

²⁹⁰ ZANKL, Ludwig Dr. (1936): S. 14

²⁹¹ Ebd., S. 14

III.5 DAS SCHRIFTFLEITERGESETZ

*„Die Freiheit der Kritik und die Freiheit des Geistes findet eine Grenze. (...) Diese Grenze ist im neuen Schriftleitergesetz ganz klar aufgezeigt.“
(Reichsminister Dr. Joseph Goebbels)*

Am 4. Oktober 1933 wurde das "Schriftleitergesetz" verabschiedet und trat am 1. Jänner 1934 in Kraft. Das Schriftleitergesetz regelte den Berufszugang und die Aufgaben - vom Gesetz als „nationalerzieherische Aufgabe gegenüber der Öffentlichkeit angesehen“ - der Schriftleiter und war damit eines der wichtigsten Instrumente autoritärer Presselenkung im nationalsozialistischen Reich.

Das Schriftleitergesetz besteht aus sechs Abschnitten. In den einzelnen Abschnitten werden der Schriftleiterberuf (§1-4), die Zulassung zum Schriftleiterberuf, die Ausübung des Schriftleiterberufs (§12-21), der verbandsrechtliche Schutz des Schriftleiterberufs (§22-35), der strafrechtlicher Schutz des Schriftleiterberufs (§36-43) und Schlussbestimmungen (§44-47) behandelt.

Das Schriftleitergesetz hatte vor allem die Aufgabe, die Presse als Sachverwalterin des öffentlichen Interesses von Gesellschaft und Staat festzusetzen.

"Er (der Staat) darf sich nicht durch das Geflunker einer so genannten "Pressefreiheit" beirren und beschwätzen lassen, seine Pflicht zu versäumen und der Nation die Kost vorzuenthalten, die sie braucht und die ihr gut tut; er muss mit rücksichtsloser Entschlossenheit sich dieses Mittels der Volkserziehung versichern und es in den Dienst des Staates und der Nation stellen."²⁹²

²⁹² HITLER, Adolf (1938): S. 264

III.5.1 Auswirkung des Schriftleitergesetzes auf die Bild-berichterstatte

„Die im Hauptberuf oder auf Grund der Bestellung zum Hauptschriftleiter ausgeübte **Mitwirkung an der Gestaltung des geistigen Inhalts** der im Reichsgebiet herausgegebenen Zeitungen und politischen Zeitschriften durch Wort, Nachricht oder Bild, ist eine in ihren beruflichen Pflichten und Rechten vom Staat durch dieses Gesetz geregelte öffentliche Aufgabe, Ihre Träger **heißen Schriftleiter**.“²⁹³ Als „Schriftleiter“ wurden dabei nicht nur diejenigen bezeichnet, die mit dem „Sammeln, Schichten und Ordnen von Stoff“ beschäftigt waren, sondern es wurden darunter vor allem auch „(...) die Gestalter des Stoffes selbst“, also insbesondere die Verfasser von Beiträgen, verstanden.

Alleine diese Tätigkeiten machten aber die Journalisten noch nicht zu Schriftleitern. Erst mit der Eintragung in die Berufslisten der Reichspressekammer, einer Abteilung der Reichskulturkammer, waren die Journalisten auch befähigt den Beruf des Schriftleiters auszuüben.

Der Journalist hat also ein **öffentlich-rechtliches Pflichtverhältnis dem nationalsozialistischen Staat gegenüber**, „der seinem Wesen nach geistige Führung auf jedem Gebiet ist“²⁹⁴, steht aber in keinem Dienstverhältnis zu ihm, wie zum Beispiel die Beamten. Dadurch steht der Schriftleiter, ähnlich einem Notar oder Arzt, in einem doppelten Verhältnis, nämlich zum Staat (öffentlich-rechtlicher Natur; amtsähnlich; personenrechtlich) und zu seinem Verleger“²⁹⁵ (privatrechtlicher Natur; Anstellungsverhältnis)

III.5.2 Die Behandlung des Bildes durch das Schriftleitergesetz

Um den eigentlichen Urheber von Inhalten besser erfassen zu können, wurde durch Paragraph vier des Schriftleitergesetzes die „Mitwirkung an der Gestaltung des geistigen Inhalts“²⁹⁶ auch auf die „*Belieferung von Zeitungen* mit geistigem

²⁹³ Das Schriftleitergesetz (4.10.1933): Erster Abschnitt, Schriftleiterberuf, § 1

²⁹⁴ SCHMIDT-LEONHARDT, Hans/GAST, Peter (1933): S. 32

²⁹⁵ Ebd., S. 34

²⁹⁶ Unter geistigem Inhalt verstand das Gesetz nur „(...)denjenigen Teil der Zeitung, der sich mit der Wiedergabe von Nachrichten, Erörterungen, Bildern, (...) befasst, also den sogenannten redaktionellen oder Textteil. Diese Beschränkungen ergeben sich aus dem Wesen des

Inhalt (Wort, Nachricht oder Bild)²⁹⁷ ausgeweitet. Unter dem Begriff der „Schriftleiterarbeiten“ wurde daher jede „unmittelbare und mittelbare Textgestaltung durch Wort, Nachricht oder Bild“²⁹⁸ verstanden.

*„Besonders wichtig ist auch die Erwähnung des Bildes. Es kann nicht beiseite gelassen werden, da die hochentwickelte neuzeitliche Photographie in Form der sogenannten B i l d b e r i c h t e, also in Einzelbildern oder Bilderreihen, eine besondere Form der Berichterstattung möglich gemacht hat. Diese Art von Berichten ist oft bedeutend eindrucksvoller und wirksamer als die Berichte durch Worte; deshalb sowie aus dem weiteren Grunde, weil es von dem nur durch Worte wirkenden Bericht so viele Übergänge, über den Artikel mit erläuternden Bildern, den Bildbericht mit erläuterndem Text bis zum reinen Bildbericht, gibt, daß eine verschiedene Behandlung dieser nicht wesensverschiedenen Tätigkeit nicht geraten erschien, ist die **gleiche Behandlung von Wort und Bild festgelegt.**“²⁹⁹*

Damit betraf die Neuordnung des Schriftleitergesetzes ohne Einschränkung auch den Bildredakteur. Die Auswahl, Zusammenstellung und Beschneidung des Bildmaterials, aber auch die Bildunterschrift wurden als Aufgaben des Bildredakteurs definiert.

Die strittige Frage, „(...) ob derjenige, der die A u f n a h m e n m a c h t, auch als Schriftleiter anzusehen ist.“, wird von Schmidt-Leonhardt, dem Leiter der Rechtsabteilung des Propagandaministeriums, folgendermaßen beantwortet: „Mit Rücksicht darauf jedoch, dass die Tätigkeit auch des Aufnehmens nicht nur Kenntnis der photographischen Technik, sondern auch ein besonderes Maß von journalistischer Begabung und Findigkeit erfordert, und daß demgegenüber die rein technische Seite des Aufnehmens an Bedeutung erheblich zurücktritt, sind diese Personen e b e n f a l l s a l s S c h r i f t l e i t e r anzusehen.“³⁰⁰

Während also die Bildberichtersteller den Bildredakteuren und Textjournalisten gleichgestellt wurden, wurde das reine Entwickeln und Kopieren der Bilder weiterhin „nur“ als rein handwerkliche Tätigkeit ohne „eigene geistige Gestaltung“ angesehen und war damit nicht Bestandteil einer Schriftleiterarbeit.

Schriftleiterberufs, der vom Gesetz als „nationalerzieherische Aufgabe gegenüber der Öffentlichkeit angesehen wird.“ (Dr. Schmidt-Leonhardt, Hans/Gast, Peter, S. 37)

²⁹⁷ SCHMIDT-LEONHARDT, Hans/GAST, Peter (1933): S. 24

²⁹⁸ Ebd., S. 201

²⁹⁹ Ebd., S. 39

³⁰⁰ Ebd., S. 55

III.5.3 Zulassung zum Schriftleiterberuf

Das Gesetz betrachtete Bild und Schrift als gleichwertige publizistische Mittel und verlangte daher vom Bildberichterstatler die „gleiche verantwortungsbewusste Haltung und Eignung wie vom Textschriftleiter.“³⁰¹

Deshalb galten auch für die Bildredakteure die grundsätzlichen Bestimmungen für die Zulassung wie: Reichsangehörigkeit, Ehrenrechte, Rassezugehörigkeit, Alter, Vorbildung und Eignung.

Das Schriftleitergesetz schuf damit nicht nur die rechtliche Grundlage für die Kontrolle der Presseinhalte, sondern regelte in den Paragraphen 5 bis 8 auch die persönlichen und politischen Voraussetzungen, die ein Schriftleiter zu erfüllen hatte, um den Beruf ausüben zu dürfen.

Schriftleiter konnte nur derjenige werden, der folgende Auflagen erfüllte:³⁰²

1. die deutsche Staatsangehörigkeit besitzt,
2. die bürgerlichen Ehrenrechte und die Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter nicht verloren hat,
3. arischer Abstammung ist und nicht mit einer Person von nichtarischer Abstammung verheiratet ist,
4. das 21. Lebensjahr vollendet hat,
5. geschäftsfähig ist,
6. fachmännisch ausgebildet ist,
7. die Eigenschaften hat, die die Aufgabe der geistigen Einwirkung auf die Öffentlichkeit erfordert.

Mit diesen Auflagen sollte gewährleistet werden,

*„(...) daß nur genügend vorbereitete und zuverlässige Volksgenossen sich mit der Bebilderung in Zukunft befassen dürfen. (...) Allein die Paragraphen fünf, sechs und sieben reduzierten die Zahl der eingetragenen Bildberichterstatler erheblich.“*³⁰³

Mit der Einführung der Arierbestimmungen für die Schriftleiter wurde der Forderung des Programms der NSDAP unter Punkt 23a Rechnung getragen, die lautete: „Wir fordern, dass sämtliche Schriftleiter und Mitarbeiter von Zeitungen,

³⁰¹ STIEWE, Willy (1936): S. 88

³⁰² Das Schriftleitergesetz, § 5

³⁰³ STIEWE, Willy (1936): S. 106

die in unserer Sprache erscheinen, Volksgenossen sein müssen.“³⁰⁴ In seiner Rede vor der deutschen Presse anlässlich der Verkündung des Schriftleitergesetzes am 4. Oktober 1933 sagt Reichspropagandaleiter Dr. Joseph Goebbels dazu Folgendes: „Im übrigen glaube ich, meine Herren, der Presse nur zu dienen, wenn ich den Schriftleiterstand von Subjekten säubere, die es gar nicht verdienen, die Ehre und den guten Namen eines deutschen Schriftleiters für sich in Anspruch zu nehmen. (...) Der Staat will ihren Beruf nicht verbeamten, aber er sichert sich eine oberste Aufsicht über den Presseberuf, nicht um den Presseberuf Fesseln anzulegen, sondern um ihn von Elementen zu säubern, die im Presseberuf eigentlich gar keinen Platz haben dürften.“

Als Grund für den „Ausschluss von weiterer Pressetätigkeit“ geben Schmidt und Gast in ihrem Kommentar die „zersetzenden Wirkung, die seit jeher von Juden mit Hilfe der Presse ausgeübt wurde“³⁰⁵ an.

„Auf Antrag des Landesverbandes kann der Leiter des Reichsverbandes der Deutschen Presse mit Genehmigung des Reichsministers für Volksaufklärung und Propaganda Ausnahmen von den in Paragraph 5 Nr. 1, 3 und 6 bestimmten Voraussetzungen bewilligen.“³⁰⁶

Die Wirksamkeit bzw. Umsetzung des Punktes 3 wurde ganz nach ökonomischen Gesichtspunkten unterworfen. Nach dem Anschluss Österreichs an das Deutsche Reich, verblieben, zumindest vorläufig, viele Juden an ihren Arbeitsstätten, da die Zeitungen ohne ihre Arbeitsleistung nicht erscheinen hätten können.

III.5.4 Die Berufsausbildung des Bildberichterstatters

„Der Beruf des Bildberichterstatters ist kein Handwerk wie die Fachphotographie (Innung). Bildberichterstatter sind Schriftleiter, die statt der Feder die Kamera führen. Ihre Arbeit besteht nicht nur in der Lieferung von Ereignisberichten, sondern auch in der Schilderung von Zuständen politischer, gesellschaftlicher, wirtschaftlicher, kultureller Natur, in volkstümlicher Darstellung wissenschaftlicher Forschung im Laboratorium oder auf Expedition.“³⁰⁷

³⁰⁵ SCHMIDT-LEONHARDT, Hans/GAST, Peter (1933): S. 24

³⁰⁶ Ebd., S. 25

³⁰⁷ Anordnung von Weiß, des Leiters des RDP, Deutsche Presse, 4/1939

Der Leiter des Reichsverband der Deutschen Presse (RDP) brachte Richtlinien für die „fachmännische Ausbildung“ der Bildberichterstatter heraus, die „das photographische Rüstzeug voraussetzen und allen Nachdruck auf die Erziehung zum „journalistischen Denken.“³⁰⁸ legen sollten.

Nach Paragraph 5/ Nr. 6 galt als „fachmännisch ausgebildet“, wer durch eine „mindestens einjährige Ausbildung (...) die Kenntnisse eines Schriftleiters bei der Schriftleitung einer deutschen Zeitung, Zeitschrift oder eines Korrespondenzunternehmens (Pressebildunternehmens) erworben hat“³⁰⁹, die durch ein Zeugnis nachgewiesen werden mussten.

Die Ausbildungsvereinbarung musste vorab beim Leiter des Landesverbandes des RDP eingereicht werden. Danach erfolgte eine Aufnahmeprüfung beim Landesverband.

Voraussetzungen für die Prüfung waren: „die genaue Kenntnis des Werkes „Mein Kampf“ und im Zusammenhang damit hinreichende Vertrautheit mit der neuen deutschen Geschichte, besonders mit der Geschichte des Nationalsozialismus, sowie Kenntnisse über den Aufbau der Partei und Staat.“³¹⁰

Nach bestandener Prüfung und „der Eintragung des Anwärters“ in die Berufsliste C begann für den „Schriftleiter in Ausbildung“ die einjährige Ausbildungszeit. In den Landesverbänden mussten zusätzlich regelmäßig Berufsausbildungskurse absolviert werden. Neben Themen wie Geschichte der Bildberichterstattung, Wesen des Pressebildes, aktueller Bildbericht, Reisereportagen, Bildbeschriftung, Buchführung, Redaktionsbetrieb und praktischen Übungen wurden auch „weltanschaulich-politische Vorträge“ abgehalten.

Ein Jahr nach Eintrag in die Liste, nachdem der Auszubildende ein Zeugnis über die positiv absolvierte Ausbildung ausgestellt hat, beendete die „Abschlussprüfung vor der Fachkommission der Bildberichterstatter“ die Ausbildung.

Nach einer weiteren „Umschreibungsprüfung“ beim Landesverband wird der Kandidat als Schriftleiter in die Berufsliste B eingetragen. Bei dieser Prüfung sollte festgestellt werden, „(...) ob sich der Anwärter seit seiner Aufnahmeprüfung zu einer gereiften Persönlichkeit entwickelt hat, der schriftleiterische Verantwortung zuerkannt werden kann.“³¹¹

³⁰⁸ Anordnung von Weiß, des Leiters des RDP, Deutsche Presse, 4/1939

³⁰⁹ SCHMIDT-LEONHARDT, Hans/GAST, Peter (1933): S. 24

³¹⁰ Ebd., S. 25

³¹¹ Anordnung des Leiters des RDP, Weiß, Deutsche Presse, 4/1939

Hatte der Bildberichterstatte die Absicht, in die Berufsliste A als Vollschriftleiter eingetragen zu werden, dann trat an die Stelle der Umschreibungsprüfung die Eignungsprüfung für die Presseschule.

Zusätzlich zur fachmännischen Ausbildung musste die Reichspresseschule besucht werden. Als „fachmännisch ausgebildet“ galt, wer durch eine „mindestens einjährige Ausbildung (...) die Kenntnisse eines Schriftleiters erworben hat.“³¹²

Dieser wurde durch einen Erlass des Reichsministers für Volksaufklärung und Propaganda³¹³ für alle Schriftleiter verpflichtend. Eine Befreiung vom Besuch der Presseschule konnte vom Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda nur für die Dauer eines halben Jahres, auf Grund eines akademischen Studiums der Zeitungswissenschaft, bewilligt werden.

Die Zulassung zum Schriftleiterberuf

Die Zulassung zum Schriftleiterberuf erfolgte durch Eintragung in die Berufslisten der Schriftleiter, die bei den Landesverbänden der deutschen Presse geführt wurden. Über den Eintrag entschied der Leiter des Landesverbandes. Erst durch den Eintrag in die Berufsliste erlangten die Schriftleiter die „Befugnis, an deutschen Zeitungen oder bei deutschen Unternehmen“ ihren Beruf auszuüben. Bis Mai 1935 hatten sich ca. 700 Personen um die Aufnahme als Schriftleiter mit der Bezeichnung „Bildberichterstatte“ beworben, 300 davon waren bereits aufgenommen, 200 Anträge noch nicht endgültig bearbeitet. Diesen standen ca. 200 schwebende und 30 abgelehnte Fälle gegenüber³¹⁴.

Erforderlich für die Eintragung war neben einem schriftlichen Antrag die Erfüllung der in Paragraph 5 genannten Voraussetzungen. Lagen nicht alle Voraussetzungen des Paragraph 5 vor, so wurde unterschieden, ob die fehlenden Voraussetzungen zwingender Natur waren oder nicht. Fehlte eine der zwingenden Voraussetzungen (Besitz der bürgerlichen Ehrenrechte, Amtsfähigkeit, Geschäftsfähigkeit oder Lebensalter von 21. Jahren), so wurde die Zulassung vom Leiter des Landesverbandes abgelehnt. Waren die fehlenden

³¹² SCHMIDT-LEONHARDT, Hans/GAST, Peter (1933): S. 24

³¹³ Vgl. Bekanntmachung des Leiters des RDP über die Einstellung und Ausbildung der Schriftleiter in U. vom 23. Juli 1936 – DP 36, S. 360ff

³¹⁴ Vgl. dazu STIEWE, Willy (1936): S. 106

Voraussetzungen nicht zwingender Natur (Besitz der deutschen Staatsangehörigkeit, arische Abstammung und fachmännische Ausbildung), so musste nach Paragraph 9 geprüft werden, ob eine Ausnahme bewilligt werden konnte.

Eine Berufsausübung ohne Eintrag in den Berufslisten war nur in „besonderen Ausnahmefällen“ gestattet. Ausnahmen gab es zum Beispiel, wenn: „wichtige aktuelle Geschehnisse, wo die berufsmäßige Bildberichterstattung fehlte, sodann in der Landschaftsphotographie, in der Bildberichterstattung von wissenschaftlichen Forschungsreisen u.a.m.“³¹⁵

Eine Zuwiderhandlung wurde sehr streng bestraft. Wer sich als Schriftleiter betätigte, oder sich Schriftleiter nannte, obwohl er nicht in die Berufslisten eingetragen war, oder obwohl ihm die Berufsausübung untersagt war, wurde, „(...)mit einer Geldstrafe bis zu 150 Reichsmark oder mit Haft bestraft.“³¹⁶

³¹⁵ STIEWE, Willy (1936): S. 107

³¹⁶ Das Schriftleitergesetz (4.10.1933): Fünfter Abschnitt, Strafrechtlicher Schutz des Schriftleiterberufs, § 42, S. 32

III.5.5 Reichsverband der Deutschen Presse (RDP)

Zusammengefasst wurden die Schriftleiter im „Reichsverband der Deutschen Presse.

Der bisherige „Reichsverband Deutscher Bildberichterstatter e. V.“, entstanden aus dem „Verband deutscher Presse-Illustrationsfirmen“ (Berlin), dem Verband deutscher Bildreporter³¹⁷ e. V. und dem Reichsverband der Sport-Pressephotographen, wurde nach dem Erlass des Schriftleitergesetzes vom 4.10.1933 in den „Reichsverband der Deutschen Presse“ eingegliedert.

Der Reichsverband der Deutschen Presse wurde durch das Schriftleitergesetz zu einer Körperschaft des öffentlichen Rechts und gliederte sich in Landesverbände, denen alle Schriftleiter „Kraft seiner Eintragung in die Berufsliste“ angehörten.

„Die praktische Bedeutung der Erklärung des Reichsverbandes zur Körperschaft des öffentlichen Rechts liegt darin, dass er nunmehr hoheitliche Aufgaben zu erfüllen hat. (...) Es besteht nun eine positive Aufsicht seitens des Staates, so dass jetzt der Reichsverband vom Staat im Aufsichtswege zur Erfüllung der ihm durch das Gesetz übertragenen Aufgaben angehalten werden kann.“³¹⁸

Die Bildberichterstatter, die nun den Schriftleitern auf Grund ihrer „überwiegend journalistischen Betätigung“ gleichgesetzt waren, wurden - nur wenn sie die Bestimmungen des Schriftleitergesetzes erfüllten³¹⁹ - in den RDP übernommen.

Wie viele Bildberichterstatter auf Grund der „persönlichen und politischen Voraussetzungen“ den Beruf nicht mehr ausüben durften, konnte nicht eruiert werden. Fest steht, dass im August 1935 444³²⁰ Bildberichterstatter in die Berufsliste des RDP eingetragen waren.

Der Leiter des Reichsverbandes wurde vom Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda ernannt und führte „(...) die Aufsicht darüber, daß der Reichsverband die ihm zugewiesenen Aufgaben erfüllt.“³²¹

Die Rechte der Bildberichterstatter wurden innerhalb des RDP im „Reichsausschuß der Bildberichterstatter“ wahrgenommen. „Neben der

³¹⁷ Der RDB zählte im Oktober 1933 208 Mitglieder

³¹⁸ SCHMIDT-LEONHARDT, Hans/GAST, Peter (1933): S. 134

³¹⁹ Siehe dazu auch Kapitel III.5 Das Schriftleitergesetz

³²⁰ Im Juni 1936 waren es bereits 488 Bildberichterstatter, Vgl. dazu HERZ, Rudolf (1994): S. 145

³²¹ HERZ, Rudolf (1994): S. 28

Einordnung der Bildberichterstatter in den RDP waren die Bildkorrespondenzen im „Reichsverband der Korrespondenzverleger“ eingliederungspflichtig.

Die Aufgaben des Reichsverbandes³²² waren:

- Ausbildungs- und Fortbildungs- und Wohlfahrtseinrichtungen für Schriftleiter zu schaffen
- Die Reichs- und Landesbehörden fachmännisch zu beraten
- Bei der Gestaltung der Anstellungsbedingungen für Schriftleiter mitzuwirken, Streitigkeiten unter Schriftleitern auf Ersuchen eines Teiles zu vermitteln und im Falle des Einverständnisses beider Teile zu schlichten
- Berufsgerichte³²³ der Presse zu unterhalten

Verpflichtend waren auch die Vollversammlungen, zu denen sich die Bildberichterstatter „zur Besprechung fachspezifischer Probleme“ einzufinden hatten. Die Versammlungen wurden im „Haus der Presse“ in Berlin abgehalten und behandelten Themen wie: „Aufgaben und Pflichten des Bildberichterstatters“, „Photorecht“, Gestaltung des Bildmaterials oder Fragen zur Ausbildung.³²⁴

III.6 DIE BILDBERICHTERSTATTER

„Der Beruf des Bildberichterstatters ist kein Handwerk wie die Fachphotographie. (...) Bildberichterstatter sind Schriftleiter, die statt der Feder die Kamera führen.“³²⁵

Mit der Erfindung und Verbreitung der Kleinbildkameras³²⁶ in den 1920 Jahren und einem immer größer werdenden Bedürfnis nach Visualisierung, boomte auch der Beruf des Bildberichterstatters.

Die Mehrzahl der Bildberichterstatter waren Amateure. „Wir waren alle leidenschaftliche Praktiker in einem Neuland, und was uns Neues in den Weg kam, hatten wir, so gut wir es konnten, zu bewältigen.“³²⁷

³²² SCHMIDT-LEONHARDT, Hans/GAST, Peter (1933): S. 136

³²³ Die Berufsgerichte wurden zum „Schutze des Schriftleiterberufes“ gebildet. „Schutz bedeutet hier in erster Linie Schutz nach innen, Schutz vor den unlauteren Elementen in den eigenen Reihen. Die Berufsgerichte haben daher vor allem die Aufgabe, für die Reinhaltung des Schriftleiterberufes zu sorgen“ S. 140

³²⁴ Vgl. dazu WEISE, Bernd (1994): S. 147

³²⁵ Verband des Reichsverbandes der deutschen Zeitungsverleger: Pressehandbuch, S. 81ff

³²⁶ 1925 Präsentation der Leica auf der Leipziger Frühjahrsmesse von ihrem Erfinder Oskar Barnack

Die um die Jahrhundertwende existierenden fotografischen Unternehmer, die sich als Bildjournalisten betätigten und von Willy Stiewe, *der* wichtigste Theoretiker der nationalsozialistischen Bildpublizistik, als „Nur-Photographen“ bezeichnet wurden, beherrschten seiner Meinung nach das Handwerkliche zwar ausgezeichnet, hätten aber kaum journalistische Praxis und „Mangel an journalistischer und pressetechnischer Vorbildung“³²⁸.

Erst mit der regelmäßigen Veröffentlichung von Fotos in den Zeitungen um 1900 gab es die ersten „professionellen Bildberichterstatter“. Parallel zu der immer größer werdenden Nachfrage an gutem Bildmaterial für die Presse, entwickelten sich viele der „Nur-Photographen“ zu journalistisch geschulten und befähigten Bildreportern. Deshalb seien laut Willy Stiewe die Bildberichterstatter nicht mehr nur als „Handwerker“ zu bezeichnen, sondern als „ebenbürtige Presse-Mitarbeiter anzusehen“³²⁹.

³²⁷ GIDAL, Tim N. zitiert aus Josè Marcesì (1990): S. 11

³²⁸ STIEWE, Willy (1933): S. 86

³²⁹ Ebd., S. 86

III.6.1 Die Eigenschaften eines guten Bildberichterstatters

Laut Willy Stiewe musste ein „guter Bildberichterstatter“³³⁰ folgende Eigenschaften erfüllen:

- 1. Gründliche photographische Kenntnisse**
- 2. Dauernde Bereitschaft und geistesgegenwärtiges Erfassen der Lage**
- 3. Journalistischen Blick für Eigenart und Wesensart der Dinge und Ereignisse („sehen-können“!)**
- 4. Journalistisches Verständnis für den Interessenkreis der Leser des Blattes, für das er arbeitet.**
- 5. Originalität und Schnelligkeit als Waffe im Kampf mit der Konkurrenz**
- 6. Findigkeit, Kühnheit und Menschenkenntnis**
- 7. Sinn für Neues, Sinn für Kommendes.**

Für Willy Stiewe stellt die Fähigkeit zum guten Bildberichterstatter aber vor allem eine Spezialbegabung dar, die „(...) ästhetische und journalistische Eigenschaften vereinigt und (...) im Grunde ebenso wenig erlernbar ist wie eigentliche journalistische Begabung.“³³¹

Die Bildberichterstatter der 1920er Jahre unterschieden sich „weder in ihrer Erziehung noch der Art sich zu kleiden und sich zu benehmen, von jenen, die sie photographierten“³³² und gehörten vorwiegend der bürgerlichen Klasse oder dem verarmten Adel an. Als einer der bekanntesten „Gentleman-Fotografen“ galt Erich Salomon, der für seine Aufnahmen mit versteckter Kamera berühmt wurde. 1933 würdigte Willy Stiewe das Schaffen Salomons auf ganzen vier Seiten in seiner Arbeit „Das Bild als Nachricht“. Nur 11 Jahre später wurde Erich Salomon, der jüdischer Abstammung war, im Konzentrationslager Auschwitz ermordet.

Unter den Bildberichterstattern, die die Gunst der Stunde nutzen konnten und zu den Nutznießern des NS-Regimes gehörten, ist wohl Heinrich Hoffmann der „berühmteste“. Seine Bilder geben auch heute noch immer wieder Anlass zu Diskussionen in wie weit die visuelle Kommunikation - und im speziellen die

³³⁰ STIEWE, Willy (1936): S. 96

³³¹ Ebd., S. 88

³³² MARCÉSI, Jost (1990): S. 12

Pressefotografie - ihren Beitrag zur rasanten Verbreitung der nationalsozialistischen Ideologie beigetragen haben.

Heinrich Hoffmann, der sich selbst als „fotografischen Chronisten“ bezeichnete, der keinen Einfluss auf das Zeitgeschehen gehabt hätte, wies bis zu seinem Tod 1957 jegliche Schuld der Mittäterschaft von sich.

Für meine Arbeit ist der Fotograf aber auch die Person Heinrich Hoffman deshalb von Bedeutung, weil er *der Bildlieferant* des nationalsozialistischen Regimes war und seine Bilder, die auch heute noch in zahlreichen Publikationen Verwendung finden, bis heute unser Bild vom NS-Regime prägen.

III.6.2 Heinrich Hoffmann

*"Ich erkannte, warum er mich fast ein Vierteljahrhundert lang an seiner Seite haben wollte, denn als Zeugen seiner Epoche ist nichts geblieben, als meine Bilder. (...) Hitler brauchte einen Mann neben sich, der als Augenzeuge 25 Jahre seines Lebens im Bild festhielt. Und dieser Mann war ich."*³³³ (Heinrich Hoffmann)

Heinrich Hoffmann (1885-1957) – Hitlers Leibfotograf und „erster Propagandist der nationalsozialistischen Bewegung“³³⁴, schloss sich 1919 der NSDAP an und begleitete den "Führer" als „Kampfgenosse, Unterhalter, Kunstberater und Begleiter“³³⁵ bis zu seinem Ende.

Heinrich Hoffmann wurde am 12.09.1885 in Fürth/ Bayern als Kind des Darmstädter Fotografen Robert Hoffmann und seiner Frau Maria Hoffmann, geborene Kargl, geboren. Er absolvierte eine Lehre im Betrieb seines Vaters, bis dieser 1901 nach München zog, danach begab sich Heinrich Hoffmann auf eine mehrjährige Wanderschaft.

Von dem Darmstädter Hofffotografen Hugo Thiele wechselte er 1902 zum Frankfurter Fotografen Theobald, danach assistierte er bis 1906 im Atelier des

³³³ HOFFMANN, Heinrich (1974): S. 232

³³⁴ ULMER, Gertrud (1939): S. 154

³³⁵ HERZ, Rudolf (1994): S. 41

„Kaiserphotographen“ Thomas Voigt. Bei ihm sammelte Heinrich Hoffmann erste Erfahrungen mit der zeitgenössischen Bildpresse.

Nach einem kurzen Aufenthalt in München zog er nach London, wo er seine ersten großen Erfolge als Pressefotograf hatte.

Eigentlich sollte er Bilder von der *Franco-Britischen-Ausstellung* machen, doch der Zufall wollte es, dass Hoffmann „mit seiner letzten Bildplatte“ jene Szenen aufnehmen konnte, die am nächsten Tag um die Welt gingen.

Ein Freiballon, der für Ausflugsfahrten verwendet wurde, hatte sich losgerissen, war explodiert und abgestürzt. Die Veröffentlichung seiner Fotos im *Daily Mirror* waren - seiner Aussage nach - der Wendepunkt in seinem Leben und für ihn der Anstoß, den „geruhsamen Beruf eines Porträtisten mit dem ungleich interessanteren und einträglicheren eines Pressephotographen zu tauschen“³³⁶.

Bereits im Sommer 1909 kehrte Hoffmann wieder nach München zurück, eröffnete sein eigenes Atelier in der Schellingstraße 33 und arbeitete nebenbei als Pressefotograf.

Das Porträtstudio bildete anfangs die Grundlage des Betriebs, erst 1913 wurde die formelle Trennung von Atelierbetrieb und Pressefotografie mit der Gründung der Presseillustrationsfirma *Photobericht Hoffmann* vollzogen. Bereits zu diesem Zeitpunkt verstand er sich nicht mehr nur als Pressefotograf, sondern bot seine Bilder auch auf dem Postkarten- und Illustrationsmarkt an.

Ab 1909 veröffentlichte die *Münchner Illustrierte Zeitung* bereits regelmäßig Bildmaterial von Heinrich Hoffmann, nebenbei belieferte er die Berliner Blätter. Er besaß Geschäftsbeziehungen zur Bildpresse in England und Schweden und über die „*Press Illustrating Company*“ in New York auch zu amerikanischen Illustrierten. Nach Rudolf Herz dürfte sein Atelier aber auch in den Künstlerkreisen eine einschlägig bekannte Adresse gewesen sein: Neben Münchener Maleraristokraten wie Franz von Stuck und Franz von Defregger zählten auch Roda Roda, Joachim Ringelnatz und Marcel Duchamp zu seinen Kunden.

Zu behaupten, dass hier ein künstlerisch sehr feinsinniger, oder andererseits dokumentarisch besonders engagierter Fotograf am Werk gewesen wäre,

³³⁶ ULMER, Gertrud (1939): S. 155

„(...) dies wäre stark übertrieben. (...) Bei aller thematischen Vielfalt, (...) verraten seine Aufnahmen weder besondere ästhetische Konzeptionen noch ausgeprägte Absichten zur Erforschung der Zeitgeschichte (...). Handwerklicher Stolz, privates Kunstinteresse und Streben nach Anerkennung gilt es freilich zu konstatieren. (...) Damit entsprach Hoffmann dem Typus des „Gebrauchsfotografen“, der weder stilistisch noch thematisch festgelegt war, sich nach den Wünschen der Kundschaft richtete und dabei auf hohem technischen und gestalterischen Niveau agierte.“³³⁷

III.6.2.1 Die politische Radikalisierung

Zurück in München fand Hoffmann eine völlig veränderte Presselandschaft vor. Denn parallel zur politischen Radikalisierung vor Ausbruch des Ersten Weltkrieges kam es auch zu einer Radikalisierung der fotografischen Berichterstattung.

1914 wurde Heinrich Hoffmann „auf eigene Kost und Verantwortung“ als Kriegsberichterstatter zugelassen. Nachdem die Kriegsfotografen unter staatliche Lenkung gestellt worden waren, wurden ab 1917 auch Fototrups des *Bild- und Filmamtes* zur Kriegspropaganda eingesetzt. Bis zu seiner Einberufung zur „Fliegerersatzabteilung I“, am 18.8.1917, arbeitete Hoffmann in München. 1918 nach seiner Versetzung zur *Bayerischen Fliegerabteilung A 298*, wurde er an die französische Front befehligt. Noch im selben Jahr wurde der „Fliegerfotograf“ nach einem Lazarettaufenthalt auf Grund von „Magen- und Herzbeschwerden“ nach Schleißheim bei München verlegt, wo er nach seinen eigenen Angaben Luftaufnahmen im Laboratorium entwickelte.

Nach Rudolf Herz verhielt er sich in dieser Zeit als „ein politisch weitgehend indifferenter Bildberichterstatter. (...) Trotz aller wahrscheinlichen ideologischen Vorbehalte setzte sich in seiner Berufspraxis auch in den Revolutionsmonaten das Primat der ökonomischen Verwertung durch.“³³⁸

Aus dieser Zeit stammt auch jene Fotografie, die Hoffmann als „vom Schicksal bestimmten Führerfotografen“ bestätigen sollte. Am 2.8.1914 fotografierte

³³⁷ HERZ, Rudolf (1994): S. 28

³³⁸ Ebd., S. 32

Hoffman die allgemeine Mobilmachung und eine kriegsbegeisterte Menschenmenge auf dem Odeonplatz in München. Auf einer dieser Aufnahmen erkannte sich später Adolf Hitler wieder und die nationalsozialistische Publizistik „(...) sah darin die schicksalhaft gefügte Stellung des „Führerfotografen“ bestätigt.“³³⁹

III.6.2.2 Heinrich Hoffmann: Propagandist der nationalsozialistischen Bewegung³⁴⁰

„Die während der Revolutionsmonate zu beobachtende politische Zurückhaltung Hoffmanns wandelte sich nach der Niederwerfung der Räterepublik und dem Einmarsch der gegenrevolutionären Truppen zur dezidierten Unterstützung der propagandistischen Strategien der Gegenrevolution.“³⁴¹

Bereits am 6. April 1920 trat Heinrich Hoffmann der DAP/NSDAP bei. 1923 wurde die DAP verboten, als 1925 das Verbot wieder aufgehoben worden war, "schloß er sich am 24. März 1925 mit der Mitgliedsnummer 59 der reorganisierten Partei wieder an.“³⁴²

Seine freundschaftlichen Kontakte zu Dietrich Eckart, dem früheren Mentor Hitlers, und nachdem die Zeitung in den Besitz der NSDAP übergegangen war, erstem Hauptschriftleiter des *Völkischen Beobachters*, dürften ihm durchaus bei seiner Karriere als „Leibfotograf“ Adolf Hitlers geholfen haben. Aber auch wenn er später oft seine Freundschaft mit Dietrich Eckart anführte, wenn er sein Naheverhältnis zur NSDAP rechtfertigte, so lassen doch sein früher Eintritt in die Partei, die Mitgliedschaft im oberbayerischen Kreistag und dem Münchner Stadtrat als Vertreter der NSDAP Rückschlüsse auf ein sehr enges Verhältnis zur Partei zu.

Wie stark seine Bindung zur nationalsozialistischen Bewegung gewesen sein muss, zeigt sich, laut Rudolf Herz, daran, „(...) dass er der NSDAP auch dann nicht den Rücken kehrte, als die Partei nach dem Putschversuch auf dem Tiefpunkt angelangt war.“³⁴³

³³⁹ HERZ, Rudolf (1994): S. 30

³⁴⁰ ULMER, Gertrud (1939): S. 154

³⁴¹ HERZ, Rudolf (1994): S. 32

³⁴² Ebd., S. 33

³⁴³ Ebd., S. 34

Nach Meinung von Rudolf Herz waren es vor allem politische Interessen, die Heinrich Hoffmann zur NSDAP führten, mehr als seine privaten Bekanntschaften, und keineswegs bloß der berufsbedingte Kontakt eines Pressefotografen, wie dieser und andere es nach 1945 gerne sehen wollten.

Er selbst schilderte seiner Tochter Henriette Hoffmann sein Verhältnis zur NSDAP und Adolf Hitler folgendermaßen:

„Was mich mit Hitler verband, war etwas ganz anderes. Wir sind beide an der Donau aufgewachsen, er in Urfahr bei Linz und ich in Regensburg. Wir wollten beide Kunstmaler werden. Hitlers Idee, in Linz die Europäische Malerei des Zwanzigsten Jahrhunderts zusammenzufassen, hat mich mehr interessiert als seine Feldzüge.“³⁴⁴

Seine erste Begegnung mit Adolf Hitler könnte man als „Wendepunkt seines Lebens“ und als „Beginn seiner Laufbahn als Bildberichterstatter der nationalsozialistischen Partei“³⁴⁵ sehen.

Hoffmann selbst schildert seine erste Begegnung mit Adolf Hitler in dem Buch „Hitler, wie ich ihn sah“ folgendermaßen:

1923 hatte die Zeitschrift "Simplicissimus" Hitler einen „wertvollen propagandistischen Dienst erwiesen“, indem sie unter dem Titel: "Wie sieht Hitler aus?" Karikaturen brachten, die „auf sein Aussehen neugierig machen mussten“. Hitler nutzte die mediale Aufmerksamkeit sofort für seine Zwecke und ließ sich von diesem Zeitpunkt an von niemandem mehr fotografieren³⁴⁶. Deshalb sollte Hoffmann nun im Auftrag einer amerikanischen Presseagentur ein Bild von Adolf Hitler abliefern.

³⁴⁴ HOFFMANN, Heinrich (1974): S. 8

³⁴⁵ ULMER, Gertrud (1939): S. 154

³⁴⁶ Nach den Angaben von Heinrich Hoffmann verlangte Hitler zu diesem Zeitpunkt 30.000 Dollar für ein Bild.



Abbildung 11 – Simplicissimus, Nr. 9, 28.5.1923, Wie sieht Hitler aus? (T. Heine)³⁴⁷

Nach einem misslungenen Versuch auf Hitler vor den Redaktionsräumen des "Völkischen Beobachters" ein „fotografisches Attentat zu verüben“³⁴⁸, sei ihm „der Zufall zu Hilfe gekommen“. Durch seine Verbindungen zu Hermann Esser, der Hitler zu seiner Hochzeit geladen hatte, sei es ihm dann doch noch gelungen, „den Führer“ heimlich zu fotografieren. Nach einem Gespräch mit Adolf Hitler sei er aber von seiner Person so fasziniert gewesen, dass er die zuvor gemachte Bildplatte vor seinen Augen zerbrach. "Hitler musste dieses Verhalten imponiert haben, denn er versprach: Ich weiß noch nicht, wann ich mich fotografieren lassen werde, aber eines verspreche ich Ihnen, Herr Hoffmann: Sie sollen die ersten Bilder von mir machen!"³⁴⁹

In *Die Linse* (April 1934) erzählt Heinrich Hoffmann diese Episode etwas weniger verklärt. Demnach habe er den „Führer“ um Erlaubnis gebeten, eine Aufnahme von ihm machen zu dürfen. Dieser hätte aber abgelehnt „und blieb unerbittlich“. Er sah ein, dass es „der unbeugsame Wille des Führers war“ und unternahm niemals mehr einen weiteren Versuch.

Nach Rudolf Herz ist eine Klärung des tatsächlichen Sachverhalts zurzeit nicht möglich, unzweifelhaft ist jedoch, „(...) dass der Parteigenosse Hoffmann den

³⁴⁷ Fotografie aus HERZ, Rudolf (1994): S. 92

³⁴⁸ HOFFMANN, Heinrich (1974): S. 21

³⁴⁹ Ebd., S. 236

Vorsitzenden der NSDAP erst porträtieren durfte, nachdem dessen fotografische Anonymität im September 1923 durchbrochen worden war.³⁵⁰

Nach seinem Umzug aus der Schellingstraße gründete er im Oktober 1929 das *Photohaus Hoffmann*³⁵¹. Auf Grund seiner Freundschaft zu Adolf Hitler und der daraus resultierenden Sonderstellung - Hoffman besaß freien Zugang bei offiziellen und inoffiziellen Anlässen und war einer der wenigen, die die Ritualästhetik der feierlichen Großveranstaltungen stören und sich frei bewegen konnten, um Hitler optimal ins Bild zu setzen³⁵² – entwickelte sich der ehemalige „Ein-Mann-Betrieb“ von 1923 schnell zu einer „großdeutschen Bilderfabrik“.

Der *Verlag Heinrich Hoffmann-Verlag nationalsozialistischer Bilder*, der sich aus den Hauptabteilungen „Presse“ und „Verlag“ zusammensetzte, beschäftigte bis 1943 über 300 Personen und war – auf Grund von Hoffmanns engen Kontakten zur NS-Führung und seinem „Monopol auf die politische Bildphotographie Deutschlands“³⁵³ zu einer der größten privaten Pressebildagenturen im „Dritten Reich“ aufgestiegen.

Neben der Herstellung zahlreicher Propagandabände, der Herstellung von Wahlplakaten für die NSDAP und seiner Mitarbeit für die Tages- und Fachpresse war er auch für die Verbreitung - beziehungsweise Beseitigung von missratenen - "Führerfotos" verantwortlich. Das erste Fotoalbum, das Hoffmann unter dem Titel: "Hitler, wie ihn keiner kennt" veröffentlichte und Hitler als Säugling, in kurzen Hosen und mit seinen Kameraden feiernd zeigte, wurde nach der Ernennung Adolf Hitlers zum Reichskanzler am 30.01.1933 aus dem Verkehr gezogen und durfte nicht mehr aufgelegt werden.

Abbildung 12 – siehe Anhang Heinrich Hoffmann: Adolf Hitler, 1926/1927 (von NS-Publizistik nicht veröffentlicht) aus HERZ, Rudolf (1994): S. 104

³⁵⁰ HERZ, Rudolf (1994): S. 34

³⁵¹ Gertrud Ulmer spricht vom *Photodienst Hoffmann*

³⁵² HERZ, Rudolf (1994): S. 11

³⁵³ HEIDEN, Konrad, zitiert nach HERZ, Rudolf (1994): S. 40

III.6.2.3 Heinrich Hoffmann und der Illustrierte Beobachter

Mit den bereits erwähnten Tätigkeiten „(...) war die umfassende Propagandatätigkeit dieses Mannes noch keineswegs erschöpft.“³⁵⁴ Hervorheben möchte ich vor allem seine Verbindung zum *Illustrierten Beobachter*, an dessen Gründung Heinrich Hoffmann maßgeblich beteiligt war.

Der 1923 von Heinrich Hoffmann dokumentierte erste Reichsparteitag wurde drei Jahre später als erste Ausgabe des *Illustrierten Beobachters* als eine Art „Erinnerungsblatt“ herausgegeben.

Heinrich Hoffmann war nicht nur für die Bildredaktion, sondern auch presserechtlich für die erste Ausgabe des *Illustrierten Beobachters* im Jahr 1926 verantwortlich.

Auch später, als der Parteiverlag den „Illustrierten Beobachter“ übernahm, „(...) war Hoffmann weiterhin sein bedeutendster Bildlieferant – und der *Illustrierte Beobachter* lange Zeit sein wichtigster Abnehmer, wenn nicht sogar Auftraggeber.“³⁵⁵ Denn „von vielen offiziellen Repräsentationsakten und Auftritten Hitlers waren allein von Hoffmanns Agentur entsprechende Aufnahmen zu bekommen beziehungsweise deren Verwendung durch Direktiven des Propagandaministeriums angeordnet.“³⁵⁶

Da fast alle Zeitungen und Zeitschriften ihre Fotos von Hoffmann beziehen mussten, war – ohne großen Aufwand eine flächendeckende Kontrolle des publizierten Bildmaterials und eine verherrlichende Berichterstattung über die NSDAP und ihren Führer gewährleistet. Diese Tatsache prägt auch heute noch unser Bild des NS-Regimes.

Jedes Bild durchlief eine mehrfache Zensur: Beginnend mit der Inszenierung der Veranstaltungen durch das NS-Regime, über die Selbstzensur und die verherrlichenden Darstellungen durch den Fotografen Hoffmann selbst, bis zur Endauswahl und Bearbeitung (Retusche, Montage) des Bildmaterials wurde an der Wirkung der Fotos manipuliert, und damit eine Art „neue Wirklichkeit“ geschaffen.

Die Fotos von Massenkundgebungen, Aufmärschen und Wahlveranstaltungen verfehlten ihr Ziel nicht und trugen maßgeblich zur Verbreitung des nationalsozialistischen Gedankenguts bei.

³⁵⁴ ULMER, Gertrud (1939): S. 161

³⁵⁵ HERZ, Rudolf (1994): S. 36

³⁵⁶ Ebd., S. 54

III.6.2.4 Unpolitischer Pressefotograf oder Propagandist?

Während Gertrud Ulmer 1936 Heinrich Hoffmann begeistert als „Vorkämpfer für das Bild als Zeitdokument und Waffe der Abwehr“ bezeichnete und seine „weltumspannende Werbung für den Nationalsozialismus“ lobte, nahm Hoffmann zehn Jahre danach vor der Spruchkammer für sich selbst „stereotyp die Rolle eines unpolitischen, außerhalb des Parteienstreits stehenden, fotografischen Chronisten in Anspruch.“³⁵⁷

Er verteidigte sich damit, dass er mit seinen Fotos nur Tatsachen wiedergegeben hätte. Die Texte unter seinen Bildern seien nicht von ihm und er könne daher dafür nicht verantwortlich gemacht werden.

Seine Verteidigung versuchte zu beweisen, dass eine „objektive Bildberichterstattung“ keine Propaganda sein könne. „Derjenige, der diesen Verschlussmechanismus auslöst, kann nicht in diesem Moment gleichzeitig „lügen“. (...) Die Propaganda kann erst dann beginnen, wenn man derartige unverfälschte Bildberichte mit bestimmten Texten versieht“. Hoffmann hätte nur „(...) das Zeitgeschehen festgehalten und seine Aufnahmen (...) zur Verfügung gestellt. Dieses Zeitgeschehen ist aber nicht von ihm gestaltet worden, sondern war das Ergebnis historischer Entwicklungen, auf die selbstverständlich ein Mann (...) nicht den geringsten Einfluss haben konnte.“³⁵⁸

Schussendlich wurde Heinrich Hoffmann für schuldig befunden, „der nationalsozialistischen Gewaltherrschaft „außerordentliche propagandistische Unterstützung“ gewährt zu haben. (...) Der Betroffene hat durch seine Bildpropaganda ganz wesentlich dazu beigetragen, dass Hitler zur Macht gelangte“³⁵⁹. Seine Propaganda wurde dabei von der Spruchkammer „(...) in ihrer Verwerflichkeit und Verlogenheit der Propaganda in Wort und Schrift eines Goebbels und Fritzsches“ gleichgesetzt.

Eine inhalts- oder bildanalytische Bewertung seiner Publikationen spielte aber, laut Rudolf Herz, bei der Frage nach seiner Mittäterschaft bei der NS-Propaganda durch seine Bilder kaum eine Rolle.

³⁵⁷ HERZ, Rudolf (1994): S. 67

³⁵⁸ Ebd., S. 69

³⁵⁹ Ebd., S. 64

In erster Instanz wurde Hoffmann 1947 zu zehn Jahren Arbeitslager, Vermögenseinzug bis zu 3000 Mark, zur Wiedergutmachung und zu zehn Jahren Berufsverbot verurteilt.

1948 wurde sein Verfahren - auf Grund „erheblicher Verfahrensmängel“ - wieder aufgenommen. Seine Verteidigung versuchte noch einmal die Behauptung, dass Hoffmann die „NS-Gewaltherrschaft außerordentlich unterstützt habe“, herunterzuspielen und präsentierte ein Jahr nach seiner Verurteilung die Tatsache als Gegenbeweis, dass die Bilder Hoffmanns im Nürnberger Prozess als „unbestechliches Beweismittel sowohl für die Anklage, als auch für die Verteidigung zugelassen worden seien“³⁶⁰.

Die Spruchkammer wies diese „Verkürzung auf das fotografische Handwerk“ prinzipiell zurück und bewertete seine Bildpublikationen als „eindeutig propagandistisch“, da sie „zweckbedingt zusammengestellt“ worden seien. Als Lieferant, Herausgeber bzw. geistiger Urheber der Bilder sei er auch „der Nutznießer dieser eindeutigen außerordentlichen Propagandaschriften für Hitler und die Partei (...)“.³⁶¹ Gleichzeitig relativierte die Spruchkammer aber ihre Aussage:

„Es mag sein, dass die Ausübung des Berufs eines Pressefotografen während des „Dritten Reiches“ an sich keine Propaganda, zumindest keine außerordentliche Propaganda für den Nationalsozialismus gewesen ist. Es kommt darauf an, wie weit die Verbreitung der Pressefotografien (...) nicht nur durch einfachen Verkauf, sondern durch geschickte Zusammensetzung und Herausgabe bestimmter, die Bewegung besonders stützender Fotografien seitens des Fotografen getätigt worden ist.“³⁶²

1950 wurde seine Haftstrafe auf vier Jahre verkürzt, das Betätigungsverbot auf fünf Jahre reduziert und drei Jahre später sogar vollständig aufgehoben.

Hoffmann selbst sah sich bis zuletzt als „unpolitischer „Pressefotograf“, der „(...) unter dem Druck der Umstände, sprich aus beruflichen Gründen, sich den politischen Zeitläufen anpassen musste – und deshalb zur NSDAP stieß.“ Seine

³⁶⁰ Nachlassgericht München, Spruchkammerverfahren Heinrich Hoffmann, Wiederaufnahmeantrag, 5.8.1948, S. 17

³⁶¹ Nachlassgericht München, Spruchkammerverfahren Heinrich Hoffmann, Spruch der Hauptkammer, 31.5.1950, S. 4f.

³⁶² Nachlassgericht München, München, Spruch der Berufungskammer (4. Senat), 15.11.1950, S. 3

Bilder seien keine „eigenen Schöpfungen“ gewesen, sondern er habe sich „(...) immer nur bemüht, das Zeitgeschehen im Bild festzuhalten.“³⁶³

Sein Verfahren und seine Haltung

„(...) reflektieren auch nachdrücklich die damalige Schwierigkeit, Hoffmanns Funktion im Kontext der Staatsöffentlichkeit des Dritten Reiches und vor allem seinen tatsächlichen rechtlichen Status zu erfassen und die Bedeutung seiner fotografischen Bildproduktion im Spannungsfeld von Dokumentation und Propaganda adäquat zu bewerten.“³⁶⁴

³⁶³ Protokoll der öffentlichen Sitzung vom 31.1.1947, S. 2

³⁶⁴ HERZ, Rudolf (1994): S. 64

IV. BILDGRAMMATIK

Grammatik [grch. Grammatike techne >Sprachkunst<], Teil der Sprachwissenschaft, der sich mit Bestand und Leistung der sprachlichen Form, mit der Lautgestalt der Wörter und Sätze und ihrem Bau beschäftigt. Grammatik ist auch die Darstellung solcher Formen und Regeln.“³⁶⁵

Während die deskriptive Grammatik den jeweiligen Sprachzustand beschreibt, erfasst die normative Grammatik die Regeln des vorbildlichen Sprachgebrauchs.

Umgelegt auf die Bildkommunikation würde das bedeuten, dass die Bildgestaltenden Elemente und deren Verwendung als „normative Grammatik“ anzusehen wären.

IV.1 BILDGESTALTUNG

„Es ist weder möglich noch wünschenswert, Photographen das Sehen vorzuschreiben. Doch möglich ist, die Mittel aufzuzeigen, mit deren Hilfe aus Bildideen Bilder werden.“³⁶⁶ (Ansel Adams)

Um die Frage nach einer „faschistischen Bildgrammatik“ überhaupt stellen zu können, müssen vorab die fotografischen Grundlagen aufgezeigt werden.

Im Mittelpunkt dieses Kapitels steht aber nicht nur die grundlegende Auseinandersetzung mit den bildgestaltenden Elementen und deren Wirkung auf den Betrachter, sondern auch die Beschäftigung mit den wahrnehmungsphysiologischen Grundlagen derselben.

³⁶⁵ Dtv-Brockhaus Lexikon, Band 7, Gew-Hat (1984), S. 131

³⁶⁶ ADAMAS, Anselm (2000): S. 10

Die Schwarzweißfotografie

„Schwarzweißfotografie ist weder besser noch schlechter als Farbfotografie – sie ist anders.“³⁶⁷ Denn ein Schwarzweißfoto bedeutet nicht „(...) Verzicht auf Information (Farbe), sondern ein Hinführen auf die wesentlichen Bildinhalte.“³⁶⁸ Noch mehr als die Farbfotografie abstrahiert die Schwarzweißfotografie ein Foto, Information wird reduziert und auf das Wesentliche zurückgeführt. In der Schwarzweißfotografie bedarf es daher einer etwas anderen Sichtweise. Die Abstraktion muss bereits vor der Aufnahme gedanklich vorweggenommen werden, um sie danach im Bild umsetzen zu können.

Die Fotografien im Illustrierten Beobachter wurden ausschließlich in schwarzweiß publiziert. In meiner Arbeit beziehe ich mich daher ausschließlich auf die Schwarzweißfotografie und deren Wirkung.

IV.1.1 Das perfekte Bild oder der entscheidende Augenblick

„Photographieren ist kein mechanisches Abschreiben, sondern immer das Resultat einer Anschauung.“³⁶⁹ (Ema Lendvai-Dircksen)

Ob mit oder ohne Auftrag, ob mit gewollter Manipulationsabsicht oder ohne, Fotografieren bedeutet für einen (Presse) Fotografen immer auch ein Streben nach dem „entscheidenden Augenblick“, dem „perfekten Moment“ und daher immer auch die Suche nach dem **perfekten Bild**.

Nach Willy Stiewe, einem der wichtigsten Theoretiker der nationalsozialistischen Bildpublizistik, ist ein Bild dann wirksam, wenn es den „Höhepunkt des Ereignisses“ zeigt und folgende Wesensmerkmale erfüllt:³⁷⁰

1. das Interesse des Empfangenden
2. die Neuigkeit, d.h. die Schnelligkeit der Übermittlung
3. die Mitteilung durch einen Dritten, d.h. die subjektive Beeinflussung“

³⁶⁷ MASCHKE, Thomas (1999): S. 7

³⁶⁸ Ebd., S. 47

³⁶⁹ LENDVAI-DIRCKSEN, Erna: Vortrag zur Eröffnung der Ausstellung „die Kamera“, Berlin 1933

³⁷⁰ STIEWE, Willy (1933): S. 126

Dabei besteht „die Forderung nicht nach simpler Wiedergabe, bloßer Reproduktion einer mehr zufälligen Ansicht, sondern nach Verdeutlichung und Sichtbarmachung des wirklich Typischen.“³⁷¹

„Perfekte Bilder“ sind nach Andreas Feininger, Fotograf für *Black Star* und *Life*, nicht nur „(...) Reproduktionen des Geschehenen, sondern leben erst durch die Umsetzung der Aussage des Fotografen. (...) Ich glaube, dass ein Fotograf "gute", das heißt wichtige und eindringliche oder bewegende, Bilder nur machen kann, wenn er ein persönliches Interesse und Gefühl für das Motiv hat, das er fotografiert. (...) Es hängt nicht (nur: Anmerkung) von der Technik ab, ob ein Bild „groß“ ist (...), sondern wichtig ist, wie es „gesehen“ wurde.“³⁷²

Andreas Feininger nennt fünf Voraussetzungen für eine „aussagekräftige Fotografie“³⁷³:

1. Interesse am Motiv

Das Interesse am Motiv bezeichnet er als Grund dafür, dass der Fotograf überhaupt fotografiert. Es ist eine konzeptionelle Phase, in der der Fotograf seine Vorstellungen und Ideen für die Umsetzung des Themas in seinem Kopf entwickelt.

Oberflächlich betrachtet entsteht eine Fotografie im Moment der Belichtung. Aber der wahre Vorgang ihrer Entstehung findet während der Vorbereitungsphase statt. In dieser konzeptionellen Phase, in welcher das Foto bereits in der Vorstellung des Fotografen Gestalt annimmt, entsteht „die Botschaft von seinem Foto“.³⁷⁴

Dadurch kann der Fotograf die endgültige Gestaltung bestimmen und damit die Wirkung, die seine Aufnahme auf den Betrachter haben wird.

2. Wissen und Verständnis

„Der Fotograf betrachtet sein Motiv genauer (...)“ es ist wichtig, dass er es nicht nur „physikalisch in Bezug auf seine Form, Struktur, Farbe und Beleuchtung, sondern auch in Bezug auf seinen Zweck, seine Funktion und seine Auswirkungen so lange studiert, bis er es versteht.“

³⁷¹ KOSHOFFER, Gert (2001): S. 101

³⁷² FEININGER, Andreas (1995): S. 7

³⁷³ Ebd., S. 10

³⁷⁴ KOSHOFFER, Gert (2001): S. 42

3. Motivauswahl- und Beurteilung

„Aus der Fülle von mehr oder weniger ähnlichen Motiven (...) muss der Fotograf das typischste, das Vielversprechendste zur Aufnahme heraussuchen, um dem Betrachter die eigenen Gefühle über das Motiv zu vermitteln.“

4. Motivannäherung und –präsentation

Bei der Motivannäherung- und Motivpräsentation muss der Fotograf die Bildsprache wählen, die es ermöglicht, das Foto zu lesen. „Die Bildsprache verlangt die Fähigkeit gemäß den Gesetzmäßigkeiten der Fotografie zu sehen“³⁷⁵

5. Motivwiedergabe

Unter „Motivwiedergabe“ versteht Feininger die Wahl der technischen Mittel, um die vom Fotografen erwünschte Wirkung hervorrufen zu können. Also: Kamera- und Objektivtyp, Film, Filter, Entwickler, Papier usw.

Für Feininger ist es **„die Einstellung des Fotografen zu seinem Motiv**, nicht die Einstellung zu den technischen Elementen der Fotografie, die über Erfolg oder Nichterfolg seiner Bilder entscheiden“³⁷⁶, denn ansprechende, wirkungsvolle Fotos gelingen nur dann, „(...) wenn man gelernt hat, Motive zu erkennen und auf persönliche Art und Weise zu interpretieren.“³⁷⁷

Damit sagen Motivauswahl, -präsentation, und –wiedergabe auch immer etwas über die Einstellung und Meinung des Fotografen aus, denn niemand mit einem klaren Verstand würde sich mit Hilfe von (...) Bildern ausdrücken, wenn er nicht fühlte, dass er etwas zu sagen hat.“³⁷⁸

³⁷⁵ KOSHOFER, Gert (2001): S. 11

³⁷⁶ FEININGER, Andreas (1995): S. 11

³⁷⁷ KOSHOFER, Gert (2001): S. 92

³⁷⁸ Ebd., S. 10

IV.1.2 Emotionale Involviertheit

Die Fotografie als Mittel der Kommunikation setzt immer auch eine Absicht voraus. **Der Fotograf ist damit nicht nur ein „Verbreiter von Informationen“, sondern auch ein „Verbreiter von Emotionen“.**

Es wäre zu kurz gegriffen, wenn man die Wirkung von Bildern nur auf die Inszenierung der Ereignisse selbst zurückführen würde. Das reine „Abfotografieren“ von Fahnen, marschierende Kolonnen, jubelnde Massen und begeisterte Menschen, machen noch keine überzeugenden und dauerhaft bleibenden Bilder aus.

Die Umsetzung des Gesehenen erfolgt nicht nur über die Wahl der technischen Mittel, sondern vorrangig über die gestalterischen Mittel, wie: Format, Blickwinkel, Sichtrichtung, Bildrahmen, Proportionen, Kontext usw. und Diese fließen in die Entstehung des „perfekten Bildes“ mit ein.

Nicht nur die Inszenierungen des NS-Regimes selbst lassen daher die Bilder in unseren Köpfen nachwirken, sondern vor allem die *Umsetzung* des Gesehenen. Erst das Erkennen des richtigen Augenblicks und die Darstellung desselben durch die Anordnung der verschiedenen Bildelemente zu einer ausgewogenen Bildkomposition³⁷⁹ erzeugen diese starke emotionale Wirkung, die notwendig ist, um erinnert zu werden.

IV.1.3 Das Erinnern von Bildern

Zwar mag es sein, dass „jedes Foto ein potentielles Zeitungsfoto“³⁸⁰ ist, aber nicht jedes Foto wird auch erinnert. Warum werden aber manche Bilder erinnert und andere wiederum nicht? Wie schaffen Bilder den Sprung in unser Langzeitgedächtnis und bleiben so in unserem Gedächtnis haften?

Der Kunsttheoretiker W. Liska³⁸¹ bringt es auf den Punkt, wenn er sagt: „Was uns interessiert, sind die Goldkörner“, die herausragenden Produkte, an die wir uns erinnern. Gerade bei der Durchsicht des Bildmaterials des *Illustrierten Beobachters* wird deutlich, dass die Mehrzahl der veröffentlichten Bilder vom

³⁷⁹ Unter „Bildkomposition“ versteht Bentele die Ordnung aller Elemente und Faktoren des Fotos

³⁸⁰ WALLER, Klaus (1982): S. 16

³⁸¹ Vgl. dazu WALLER, Klaus (1982): S. 16

fotografischen Anspruch her eher als durchschnittlich zu bezeichnen sind und nur wenige – und dazu zählen vor allem stark inszenierte oder symbolische Bilder – die diesen „bleibenden Eindruck“ hinterlassen.

Mag sein, dass es nicht immer die technisch perfekten Bilder sind, die sich in unser Gedächtnis einprägen, es sind aber sicher immer Bilder, die uns - aus welchem Grund auch immer - emotional berühren.

In vielen Publikationen werden immer wieder symbolische Bilder aus dem *Illustrierten Beobachter* als „die typischen faschistischen Propagandabilder“ hervorgehoben. Warum aber fesseln uns diese Bilder? Was fesselt uns genau und warum prägen sich diese Bilder so in unser Gedächtnis ein?

Sicher ist auch *ein* Grund für das Erinnern von NS-Bildern, dass meistens eine nur sehr geringe Anzahl an Fotos immer wieder publiziert wurden und werden und diese somit auf Grund ihrer dauernden Präsenz leichter erinnert werden.

Warum werden aber vor allem „symbolische Bilder“ publiziert: in Reih und Glied marschierende Kolonnen, jubelnde Menschenmengen und ähnlich typische Motive. Vielleicht weil sie für uns auf Grund ihrer strengen Komposition die NS-Zeit symbolisieren. - Dies passiert aber nicht nur durch den Inhalt, den sie transportieren, sondern vor allem auch durch ihre Komposition, ihre auf das Können des Fotografen zurückgehende Bildwirkung. Gemeint ist hier nicht nur das technische Können, sondern vor allem die Fähigkeit mittels Komposition von Bildelementen den Inhalt des Bildes so zu verdichten, dass das Bild vom reinen Dokumentarbild zu einem uns emotional ansprechenden symbolischen Bild wird.

„Die Art der Bildkomposition ist von den Intentionen des Künstlers abhängig. Dazu gehören subjektive Empfindungen und die Schaffung einer gewünschten Bildaussage. Zur Kompositionshilfe gibt es mehrere Prinzipien, die meist harmonische Verhältnisse zwischen Bildelementen herstellen.“³⁸²

Die Entscheidung über die Wahl und Anordnung der Kompositionselemente, die die Wahrnehmung quasi vorinterpretieren, liegt beim Fotografen. Diese ästhetischen Möglichkeiten bezeichnet Christian Mikunda als „Codes“, die aber „(...) keineswegs eine fixierte Grammatik bilden. Sie sind verinnerlichte Lösungsmöglichkeiten dafür, einen bestimmten emotionalen Eindruck zu

³⁸² Aus <http://de.wikipedia.org/wiki/Bildgestaltung> 09/2009

bewirken³⁸³. Die Codes beeinflussen unsere Wahrnehmung und lenken die Aufmerksamkeit auf die vom Fotografen als wesentlich erachteten Objekten.

„Die Bildgestaltung selbst produziert aber noch keine „Bedeutung“ und kein „gutes Bild“, sondern stellt nur Aspekte und Verfahrensweisen zur Verfügung, um die inhaltliche Auseinandersetzung zu ermöglichen.“³⁸⁴ Erst wenn ein Foto beim Betrachter einen emotionalen Eindruck hinterlässt, kann man auch von einem gelungenen und emotional ansprechenden Foto sprechen.

IV.1.4 Emotionale Bildkomposition

Eine gelungene Bildkomposition zieht nicht nur die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich, sondern hält auch den Blick des Betrachters im Bild fest. Der Mediendramaturg Christian Mikunda nennt dies eine emotionale Bildkomposition.

Um eine emotionale Bildkomposition zu erreichen, muss die Anordnung der Objekte im Bild derart komponiert sein, dass „(...) immer wenn das Auge einen bestimmten Gegenstand erreicht hat, dort ein neues dynamisches Spannungsfeld den Blick auf den nächsten Gegenstand weiterleitet.“³⁸⁵ Dies geschieht aber nur dann, wenn die Kompositionselemente unterschiedlich starke visuelle Spannung auslösen. Der Vorgang entspricht daher einem Erkennen von auffälligen Objekten und dem Ausgleichen der Spannung mit dem nächsten Objekt.

Das heißt: „Wenn die Bildkomposition derart angelegt ist, dass ihre Elemente unterschiedliches visuelles Gewicht ergeben, entsteht der Eindruck eines mit hoher Energie erfüllten Spannungsmusters. (...) daraus folgt, dass eine emotionale Bildkomposition nur bei einer möglichst deutlich abgestuften Spannungshierarchie der Bildelemente entsteht.“³⁸⁶

³⁸³ MIKUNDA, Christian (1986): S. 15

³⁸⁴ SCHOLZ, Martin (1999): S. 273

³⁸⁵ APPELDORN, Werner (1972): o.S.

³⁸⁶ MIKUNDA, Christian (2002): S. 30

IV.1.4.1 Induzierte Spannung

In seinem Buch „Kunst und Sehen“ erläutert der Psychologe Rudolf Arnheim anhand eines Quadrats und einer Scheibe die „induzierte Spannung“.

Liegt die schwarze Scheibe in der Mitte des Quadrats, ist eine Art Gleichgewicht erreicht. Aber auch das Gleichgewicht des Mittelpunkts ist nicht frei von Spannung. Sobald die Scheibe exzentrisch zu liegen kommt, hat man beim Betrachten des Quadrats das Gefühl, dass die Scheibe in eine bestimmte Richtung „gezogen“ wird. Arnheim spricht von einem „unsichtbaren Kraftzentrum, das von dem Umriss des Quadrats hervorgebracht wird.“³⁸⁷

Diese Spannung ist keine physikalische Eigenschaft der Scheibe, sondern wird „(...) durch physiologische Mechanismen im Wahrnehmenden verursacht. Es ist eine induzierte Spannung.“³⁸⁸

Was passiert aber, wenn sich zwei Scheiben im Quadrat befinden?

Liegen die Scheiben dicht beieinander, hat man den Eindruck, als würden sie sich anziehen, wird der Abstand zwischen ihnen aber zu gering, ist das Gegenteil der Fall, sie stoßen sich scheinbar ab.

Jede Scheibe für sich betrachtet zieht also nach außen in Richtung des Rahmens des Quadrats und würde alleine einen unausgewogenen Eindruck machen.

Wenn nun aber unsere Augen mit schnellen, ruckartigen Bewegungen, den sakkadischen Augenbewegungen, das Objekt abtasten, entsteht nach Mikunda beim Fixieren der einen Scheibe eine induzierte Spannung, die schräg nach links oben zieht. Fixiert nun das Auge die zweite Scheibe, so entsteht ebenfalls induzierte Spannung, allerdings in die entgegengesetzte Richtung.

Daher entsteht im Quadrat - sukzessive, als Ergebnis der Pendelbewegung unserer Augen – ein Spannungsfeld, das „sowohl ausgewogen als auch mit Energie gefüllt ist“. Es entsteht eine Art „kompositorisches Gleichgewicht“.

³⁸⁷ ARNHEIM, Rudolf (1978): S. 2

³⁸⁸ MIKUNDA, Christian (2002): S. 23

IV.1.4.2 Das visuelle (Gleich)Gewicht

Gleichgewicht wird generell durch „Gewicht“ und „Richtung“ bestimmt.

Das „visuelle Gewicht“ wird nach Arnheim durch folgende Variablen beeinflusst: Raumlage, Größe, Farbe, Helligkeit/Spannungsdichte, Isolierung, Form, Ausrichtung und Bildinhalt.

Allgemeine Raumlage: Bildelemente, die auf oder in der Nähe des Kompositionszentrums liegen, haben nach Arnheim weniger „Kompositionsgewicht“ als Bildelemente, die außerhalb der „Hauptstrukturlinien“ liegen. „Ein Objekt in der oberen Hälfte der Komposition ist schwerer als eines in der unteren (Vertikale Raumlage); auf der rechten Seite hat es mehr Gewicht als auf der linken (horizontale Raumlage).“³⁸⁹

Größe: Auch die Größe eines Objekts hat Einfluss auf das Kompositionsgewicht. Größere Objekte³⁹⁰ haben mehr Gewicht als kleinere Objekte.

Weiters beeinflussen **Farben** das Gleichgewicht. Hellere Farben erscheinen schwerer als dunkle Farben. Warme Farben haben mehr visuelles Gewicht als kalte Farben.

Isolierte Objekte auf einer homogenen Fläche erscheinen schwerer als gleichgroße Objekte, die von anderen Dingen umgeben sind.

Form und Ausrichtung wirken ebenfalls auf das Kompositionsgewicht ein. Einfache geometrische Formen wie zum Beispiel ein Kreis haben mehr Gewicht als unregelmäßige, eckige Formen.

Richtung: Das Gewicht übt auf Objekte in seiner Umgebung eine Anziehungskraft aus und „(...) bestimmt daher ihre Richtung“. Wie das Gewicht, so ist auch die Richtung durch den Ort beeinflusst. (...) Dabei gibt die Form der Bildelemente Achsen an, und die Achsen schaffen gerichtete Kräfte.“³⁹¹

Spezifisches Interesse: Personen aber auch Objekte, die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, bekommen dadurch visuelles Gewicht.

³⁸⁹ ARNHEIM, Rudolf (1978): S. 12

³⁹⁰ Gemeint ist hier die Abbildungsgröße durch das Objektiv

³⁹¹ ARNHEIM, Rudolf (1978): S. 14

Oben, unten links und rechts

Arnheim beschreibt die „Asymmetrie von rechts und links“.

Auf Grund der „Leserichtung“ von links nach rechts scheinen Objekte auf der rechten Seite schwerer als auf der linken Seite. Nach Gaffron „erlebt ein Betrachter ein Bild, als ob er auf dessen linker Seite sich befände.“ Alles was auf der linken Seite passiert, nimmt daher auch eine größere Bedeutung ein. Sobald der Betrachter seine Aufmerksamkeit auf das Bild richtet, entsteht quasi ein „zweites asymmetrisches Zentrum“. „Dieses subjektive Zentrum hat wie der Mittelpunkt des Rahmens eine Bedeutung und kann dementsprechend die Komposition beeinflussen.“³⁹²

Das visuelle Gleichgewicht - Warum soll eine ausgeglichene Bildkomposition angenehmer und visuell überzeugender sein?

„In einer ausgewogenen Komposition sind alle Faktoren wie Form, Richtung und Anordnung gegenseitig festgelegt. (...) eine nicht ausgewogene Komposition erscheint zufällig, transitorisch und daher eigentlich nicht gültig.“³⁹³

„Gelungene Kompositionen sind nicht symmetrisch, sondern ausgewogen. Spannende Bilder sind nicht symmetrisch aufgebaut, sondern im Gleichgewicht. Ausgewogene Bilder sind in den Proportionen, in der Bildaufteilung, im Bildaufbau harmonisch. Harmonie ist nicht Symmetrie, sondern Gleichwertigkeit.“³⁹⁴

„Für den Physiker ist Gleichgewicht der Zustand eines Körpers, in dem die einwirkenden Kräfte sich gegenseitig aufheben.“³⁹⁵ Während bei einer Waage, die sich im Gleichgewicht befindet, keine Zugkräfte mehr zu beobachten sind, trifft dies bei den Überlegungen zum Kreis im Quadrat nicht zu, denn beim visuellen Gleichgewicht „(...) bleiben die ins Gleichgewicht gebrachten Kräfte sichtbar.“³⁹⁶

³⁹² ARNHEIM, Rudolf (1978): S. 19

³⁹³ Ebd., S. 9

³⁹⁴ Vgl. dazu LANKAU, Ralf (2007): S. 216

³⁹⁵ ARNHEIM, Rudolf (1978): S. 8

³⁹⁶ Ebd., S. 9

Nach Meinung von Christian Mikunda gibt es drei unterschiedliche Reizanordnungen, die ein intensives Spannungsmuster und damit eine emotionale Bildkomposition bewirken: eine prägnant abgestufte Spannungshierarchie, unterschiedliche Spannungsdichte oder entgegengesetzt orientierte Spannungen. Das Spannungsfeld muss sich dabei im Gleichgewicht befinden.

IV.1.4.3 Emotionales Design

„Sehen heißt, einige wesentliche Merkmale des Objekts erfassen.“³⁹⁷ (Rudolf Arnheim)

Während die „emotionale Bildkomposition“ auf Grund des Arrangements der Bildelemente Spannung erzeugt, „(...) konzentriert sich das emotionale Design auf das Erscheinungsbild der abgebildeten Objekte, auf ihre Form selbst.“³⁹⁸ Dabei geht die Spannungsintensität des Bildes von der inneren Spannungsstruktur der Gegenstände aus. Der Fotograf „formt das emotionale Design“ der Objekte, indem er durch Kameraposition, Lichtführung etc. ihre Erscheinung verändert, um die „Intensität des Spannungseindrucks“ zu verstärken.

³⁹⁷ ARNHEIM, Rudolf (1978): S. 8

³⁹⁸ MIKUNDA, Christian (2002): S. 81

IV.1.5 Bildgestaltung und Bildkomposition

„Die Bildgestaltung ist durchwegs praktisch-pragmatisch ausgerichtet und nutzt zu großen Anteilen wahrnehmungspsychologische Konstanten der Wahrnehmung und das kulturell gelernte Wissen“³⁹⁹.

IV.1.5.1 Zur kommunikativen Rolle der Bildgestaltungsmittel

„Als Gestaltungsmittel werden im Folgenden jene Erscheinungen bezeichnet, die vom Kommunikator tatsächlich instrumental gehandhabt werden. (...) Gestaltungsmittel sind (...) also jene durch die Aufnahme- und Editionstechnik konstituierten instrumentalen Möglichkeiten der Zeichenproduktion.“⁴⁰⁰

Die Anordnung einzelner Bildelemente erzeugt Aufmerksamkeit und lenkt den Blick des Betrachters, während die Komposition als „Anordnung aller visuellen Elemente eines Bildes“ das „inhaltliche Kräftegefüge des Themas“ visualisieren helfen soll.

Das „visuelle Gewicht“ eines Bildelementes kann also mit der Aufmerksamkeit, die es auf sich zieht, gleichgesetzt werden.

Die Anordnung der verschieden gewichteten Bildelemente ist daher entscheidend für die Gesamtwirkung des Bildes, da die Bildkomposition auf eine visuell ausgeglichene und harmonische Komposition abzielt.

Die Kamera sieht anders als das Auge.

Bevor die bildgestaltenden Elemente und ihre Wirkung auf den Betrachter besprochen werden, ist es notwendig, sich mit den grundlegenden Unterschieden von Auge und dem „Aufzeichnungssystem Kamera“ auseinanderzusetzen.

Im Gegensatz zur Bildverarbeitung durch das Auge, bei der immer auch ein Prozess der **Informationsauswahl und Interpretation** im Gehirn stattfinden muss, zeichnet das Objektiv der Kamera *alles* auf, was vor ihrer Linse ist.

³⁹⁹ SCHOLZ; Martin (1999): S. 273

⁴⁰⁰ BENTELE, Günter (1981): S. 151

Während das Auge also dem Gehirn nur „Zubringerdienste leistet“⁴⁰¹, folgt die Optik der Kamera streng physikalischen Gesetzmäßigkeiten, die von keiner Instanz interpretiert oder geordnet werden.

Beim Sehen fokussiert das Auge – ohne dass es uns bewusst ist auf die für uns wichtigen oder interessanten Dinge und trifft damit eine Art „Selektion durch Konzentration“ auf unterschiedliche Details. Mit der Optik kann diese Konzentration auf einen für uns interessanten Sehbereich nur durch das „Legen der Schärfentiefe“ auf eben diesen Ausschnitt erzielt werden.

Weiters unterscheidet sich unser Sehen von dem der Kamera durch die dritte Dimension, den Raum. Während der Mensch seine Umwelt dreidimensional wahrnimmt, kann das zweidimensionale Foto den Raum nur durch bildgestaltende Elemente wie zum Beispiel Vorder-, Mittel-, Hintergrund, Perspektive etc. ausdrücken. Das heißt, der Fotograf muss bereits vorab entscheiden, welche Informationen und Eindrücke er vermitteln will.

Der dritte wesentliche Unterschied zwischen unserem Auge und der Kamera ist die Fähigkeit unserer Augen extreme Kontraste ausgleichen zu können.

Das Auge passt sich unterschiedlichsten Lichtverhältnissen unbemerkt an. Für unseren Sehsinn stellt ein **Kontrast** von sechs Blenden keine Schwierigkeit dar, für das fotografische Material ist dieser Kontrastumfang schon fast ein unüberbrückbares Problem. Auch hier muss sich der Fotograf entscheiden, welches Motiv ihm wichtig ist, und den Messbereich entsprechend verändern, da ein zu hoher Lichtkontrast Zeichnungsverlust bedeuten würde.

IV.1.5.2 Bildgestaltende Elemente und ihre Bildwirkung

Welche bildgestaltenden Elemente stehen nun aber zur Verfügung, um eine bestimmte Bildwirkung zu erzeugen. Und welche Elemente eignen sich wofür? Auf den folgenden Seiten möchte ich nun auf fotografische Grundlagen näher eingehen, um einerseits die unterschiedlichen bildgestaltenden Elemente vorzustellen und andererseits aufzuzeigen, welche Wirkung diese Elemente bei der Bildgestaltung übernehmen.

⁴⁰¹ Vgl. dazu MASCHKE, Thomas (1999): S. 35

IV.1.5.2.1 Bildgestaltung durch Licht und Schatten (Beleuchtung)

Ausleuchtung, Helligkeit und Richtung des Lichts bestimmen die Charakteristik des Motivs. Die Lichtrichtung spielt eine große Rolle bei der Gestaltung.

**Man unterscheidet primär drei Hauptrichtungen der Beleuchtung:
Vorderlicht, Seitenlicht und Gegenlicht.**

Vorderlicht: Hier wird die Lichtquelle von vorne auf das Motiv gerichtet. Das Motiv wirkt flach, spannungsarm und ohne Tiefe, die Farben erscheinen dafür brillant und rein.

Seitenlicht: Hier wird die Lichtquelle auf einer Seite des Motivs positioniert. Das kontrastreiche Streiflicht gibt dem Objekt Plastizität. Es wirkt real, stabil und präsent. Sehr harte Licht-Schattenkontraste erzeugen eine dramatische Bildwirkung.

Gegenlicht: Die Lichtquelle ist gegenüber der Kamera positioniert. Dabei entstehen stimmungsvolle Bilder, die – wie auch bei Streiflicht – starke Kontraste hervorrufen, der Eindruck der räumlichen Tiefe wird verstärkt.

Neben der Richtung des Lichts ist auch dessen Charakteristik entscheidend für die Bildwirkung. Man unterscheidet: weiches, hartes, diffuses, direktes, indirektes Licht.

Available-Light oder Kunstlicht

Dem Licht - und damit auch dem Schatten - kommt in der Schwarzweißfotografie eine besondere Bedeutung zu.

Die Mehrzahl der Presseaufnahmen des *Illustrierten Beobachters* entstanden mit Available-Light, also verfügbarem Licht. Die Beeinflussungsmöglichkeiten des Motivs durch den Fotografen mittels Licht waren damit zwar begrenzt, aber nicht minder wirkungsvoll.

Kunstlicht unterscheidet sich vom natürlichen Licht aufgrund folgender Merkmale: Kunstlicht ist konstant in Helligkeit, Kontrast und Farbe und deshalb in seiner Wirkung vorhersehbar. Im Gegensatz zum Available-Light, bei dem die Sonne als einzige Lichtquelle zur Verfügung steht, können beim Kunstlicht beliebig viele

Lichtquellen – entsprechend der gewünschten Bildaussage – positioniert und eingesetzt werden.

Bei Aufnahmen mit Available-Light mussten entsprechend hochempfindliche Filme verwendet werden, beziehungsweise die oftmals unterbelichteten Aufnahmen forciert entwickelt werden. Bei der dabei notwendigen Verwendung von lichtstarken Objektiven musste oft eine große Blende in Kauf genommen werden, die wiederum einen kleinen Schärfentiefebereich zur Folge hatte. Lange Belichtungszeiten und die dadurch entstehenden Verwischungen durch bewegte Objekte vor der Kamera sind oft zu finden.

Vor allem bei Innenaufnahmen von Veranstaltungen der NSDAP, die perfekt ausgeleuchtet und inszeniert waren, kam dem Licht eine bedeutende Stellung zu. Mit Scheinwerfern wurden Redner oder ausgewählte Fotomotive möglichst theatralisch in Szene gesetzt und so den zugelassenen Fotografen die vom Regime erwünschten Motive quasi vorgesetzt. Die vorgefertigte Stimmung konnte so über die Fotografen, die damit zu Handlangern des Regimes degradiert worden waren, von den Veranstaltungssälen in die Printmedien transportiert werden.

Ausleuchten des Motivs, Erzielen von Raumwirkung, Schaffung von Stimmung und Atmosphäre und Gestaltung durch Hell/Dunkel (visuelles Gleichgewicht) können als die vier wichtigsten Funktionen des Lichts zusammengefasst werden.

IV.1.5.2.2 Bildgestaltung durch Lichtkontraste

„Der *Kontrast* ist ein Unterscheidungsmerkmal für den Helligkeitsverlauf eines Bildes, oder zwischen zwei Bildpunkten. Der Kontrastumfang beschreibt den Intensitätsunterschied zwischen dem hellsten und dunkelsten Punkt eines Bildes.“⁴⁰²

IV.1.5.2.3 Bildgestaltung durch Gradation

„Unter Dichte versteht man das Ausmaß der Umwandlung des lichtempfindlichen Materials in Folge der Belichtung und Entwicklung in sichtbares Grau/Schwarz

⁴⁰² Vgl. dazu <http://de.wikipedia.org/wiki/Kontrast> 09/2009

oder Farbe.“⁴⁰³ Zwischen dem Ausmaß der Belichtung sowie der Entwicklung und der Dichte besteht ein Zusammenhang, der durch den Dichteumfang und die Dichtekurve beschrieben werden kann.

Der Motivkontrast muss kleiner als der Dichteumfang sein, damit das Motiv vollständig in allen Lichtern und Schatten wiedergegeben werden kann. Übersteigt der Motivkontrast den Dichteumfang, muss entweder in den Lichtern oder Schatten auf eine Zeichnung verzichtet werden. Das heißt für den Fotografen, dass die Belichtungsmessung am bildwichtigen Motiv erfolgen muss.

Filmmaterial und Kontrastumfang

Höhere Empfindlichkeiten des Filmmaterials „führen in der Regel zu einem höheren darstellbaren Kontrastumfang“, wirken also kontrastreicher. Blende und Belichtungszeit verschieben lediglich den Bereich, vergrößern aber nicht den Kontrastumfang. Ein kontrastreiches Motiv verfügt über weniger dargestellte Details, also keine Zeichnung mehr in den Schatten und Lichtern.

Durch den gezielten Einsatz von Licht und labortechnischen Variablen wie Filmentwicklung, Papierabzug (Kontraststeuerung durch Papiergradation, Positiventwickler, Nachbelichten bzw. Abwedeln) kann der Kontrast beeinflusst werden.

Wirkung des Kontrasts auf das Motiv⁴⁰⁴

„Weiche Kontraste heben die Tiefenstaffelung auf. Das Bild ist spannungsarm (...) und übermittelt den Eindruck einer harmonisch-konfliktfreien Szene. (...)“

Die natürliche Grauwert- und Kontrastwiedergabe zeigt Figur und Raum in einer als realistisch empfundenen Abbildung. Harte Kontraste reduzieren die Tiefenwirkung und vermitteln dem Betrachter Spannung und Dramatik.

IV.1.5.2.4 Bildgestaltung durch Perspektive

Perspektive

Der Standort des Fotografen bestimmt die Perspektive. „Als Perspektive wird die Darstellung dreidimensionaler Objekte auf einer zweidimensionalen

⁴⁰³ Vgl. dazu <http://de.wikipedia.org/wiki/Kontrast> 09/2009

⁴⁰⁴ Siehe dazu KLUWE, Vincent (1982): S. 150ff

Projektionsfläche bezeichnet. ⁴⁰⁵ Je kürzer die Wahl der Brennweite, desto stärker ist die perspektivische Wirkung.

Da Fotografien Objekte nach der Regel der Zentralperspektive abbilden „(...) ist die Perspektive also ein ganz wesentliches Gestaltungsmittel für die Raumwirkung der eigentlich zweidimensionalen Fotografie.“⁴⁰⁶

Abbildung 13 – siehe Anhang *Die Soldaten der Bewegung, Illustrierter Beobachter*, Sondernummer 1937, Aus: KERBS/UKA/WALZ-RICHTER (1983): S. 170

Man unterscheidet folgende Arten der Perspektive:

Zentralperspektive: In der Zentralperspektive (Fluchtpunktperspektive) werden „raumparallele Kanten nicht abbildungsparallel dargestellt, sondern vereinigen sich optisch in einem scheinbaren, gedachten Punkt, dem sogenannten – auf der Horizontlinie liegenden – Fluchtpunkt (...) Die einfachste Form der Perspektive bildet die Zentralperspektive mit einem Fluchtpunkt.“⁴⁰⁷

Froschperspektive: Bei der Froschperspektive befindet sich der Kamerastandpunkt unter dem abgebildeten Gegenstand.

Vogelperspektive: Von Vogelperspektive spricht man, wenn der Kamerastandpunkt oberhalb des abgebildeten Gegenstandes liegt.

Luftperspektive: Unter Luftperspektive versteht man die „die allmähliche Aufhellung der Tonwerte und die Verflachung der Kontraste bei zunehmender Entfernung.“⁴⁰⁸

Durch den atmosphärischen Dunst erscheinen Objekte in der Ferne heller als dem Betrachter näher liegende Objekte, von unserm Auge wird dies unwillkürlich in einen Tiefeneindruck umgesetzt.⁴⁰⁹

Tiefenwirkung durch Perspektive

⁴⁰⁵ HENNINGES, Heiner (2004): S. 38

⁴⁰⁶ Ebd., S. 39

⁴⁰⁷ Vgl. dazu <http://de.wikipedia.org/wiki/Linearperspektive#Zentralperspektive> 09/2009

⁴⁰⁸ HEDGECOE, John (2005): S. 60

⁴⁰⁹ Ebd., S. 61

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die Perspektive zur Steigerung der Tiefenwirkung einzusetzen. Aufgrund unserer alltäglichen Erfahrungen wissen wir, dass, wenn ein Objekt durch ein anders verdeckt wird, es weiter vom Betrachter entfernt sein muss. Auch die Abnahme der Größe zum Hintergrund (Weitwinkelobjektiv) wird automatisch in Raumwahrnehmung umgesetzt.

Wirkung der Perspektive auf das Motiv

Die Positionierung der Kamera in Augenhöhe bezieht den Betrachter in die Situation mit ein, während ein Standpunkt aus der Frosch- oder Vogelperspektive eine Wertung vornimmt.

Bei der Froschperspektive liegt die Horizontlinie am unteren Bildrand, dadurch verliert das Objekt „Bodenhaftung“ und dominiert durch die überproportionale Größe das Bildfeld. „Die Wirkung der Figur zielt in Richtung der Eigenschaften stark, mächtig, aktiv, mutig.“⁴¹⁰ Das Objekt wirkt theatralisch und erfährt eine „unangemessene Aufwertung“ auf Grund seiner Positionierung.

Die Froschperspektive galt sozusagen als Standardperspektive bei den „Führerbildern“, das „Aufschauen zum Führer“ wurde dadurch visualisiert.

Bei der Vogelperspektive liegt der Horizont am oberen Bildrand. Das abgebildete Objekt wirkt „bodenständig“ und gestaucht. Hier zielt die Wirkung der Figur in Richtung der Eigenschaften klein, schwach, ängstlich, zurückhaltend (...), sie strahlt passive Dynamik aus.“⁴¹¹

Diese Perspektive wurde vor allem eingesetzt, wenn vom NS-Regime nicht erwünschten Personen abgebildet werden mussten.

IV.1.5.2.5 Bildgestaltung durch Schärfe/Unschärfe

„Als Schärfe bezeichnet man die Fähigkeit eines optischen Systems, eines Films oder eines fotografischen Papiers, ein Motiv detailgetreu abzubilden.“⁴¹² „Die Unterscheidbarkeit von Details in einem Bild wird **Schärfe** genannt“. Ist Schärfe physikalisch vorhanden, spricht man von „Schärfe“, ist Schärfe nur dem *Anschein* nach vorhanden, spricht man von *Schärfeeindruck*.“

Die Schärfentiefe

„Der als **Schärfentiefe** bezeichnete Schärfebereich ist die Ausdehnung des Bereichs im Objektraum eines abbildenden optischen Systems, der auf der

⁴¹⁰ KLUWE Vincent (1982): S. 105

⁴¹¹ Vgl. dazu KLUWE Vincent (1982): S. 106

⁴¹² HENNINGS, Heiner (2004): S. 49

Bildebene hinreichend scharf abgebildet wird.⁴¹³ Ein Objekt, das sich innerhalb des Schärfenraums bewegt, wird also immer scharf abgebildet.

Die Ausdehnung der Schärfentiefe im Raum, der „selektive Schärfenraum“⁴¹⁴, erstreckt sich vor und hinter der eigentlichen Einstellungsebene, zu einem Drittel nach vorne und zu zwei Dritteln nach hinten.

Die Schärfentiefe wird durch Blendenöffnung, Aufnahmeabstand und Brennweite beeinflusst.

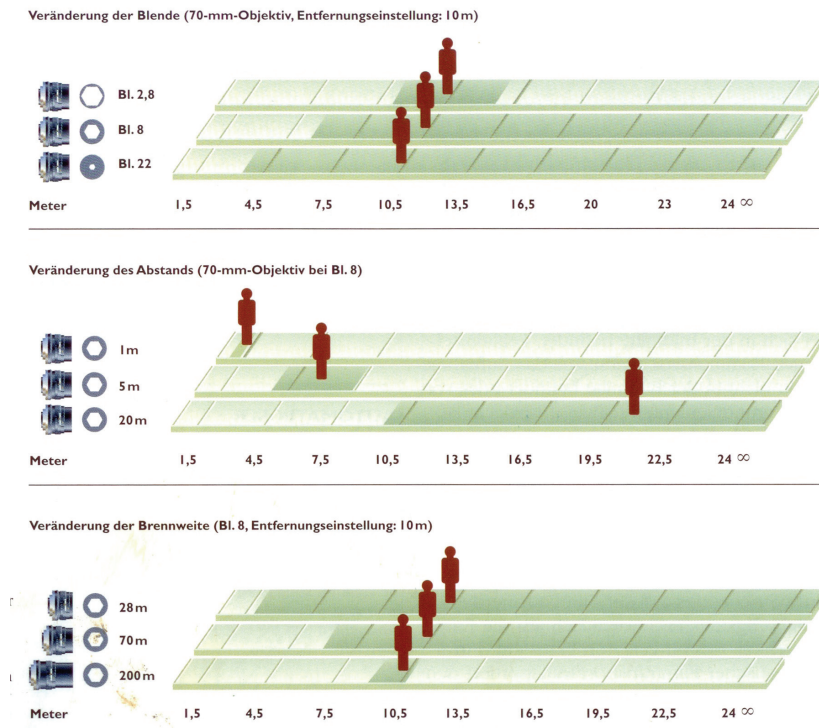


Abbildung 14 – Skizze aus HEDGECOE, John (2005): S. 17

Blendenöffnung

Bei gleich bleibender Brennweite und Entfernungseinstellung lässt sich die Schärfentiefe durch Veränderung der Blende beeinflussen. Eine große Blendenzahl (also eine kleine Blende) ergibt einen sehr großen Schärfenraum, während eine kleine Blendenzahl (große Blendenöffnung) einen kleinen Schärfenraum bedeutet.

Aufnahmeabstand

Bei gleich bleibender Blende und Brennweite aber wechselndem Aufnahmeabstand wird der Schärfenbereich immer größer, je weiter das Objekt von der Kamera entfernt ist.

⁴¹³ Aus <http://de.wikipedia.org/wiki/Schärfentiefe> 09/2009

⁴¹⁴ Vgl. dazu HENNINGES, Heiner (2004)

Brennweite

Bei gleichem Aufnahmeabstand und gleicher Blendenöffnung ist die Schärfentiefe bei Objektiven mit längerer Brennweite kleiner als bei Objektiven mit kurzer Brennweite.

Bewegungsunschärfe

„Der Schärfeeindruck eines Fotos hängt neben der optimalen Entfernungseinstellung, der vorgewählten Blende, der Abbildungsleistung der verwendeten Filme und Papiere auch von der Verschlusszeit ab.“⁴¹⁵

Durch die Wahl der Verschlusszeit kann die „Bewegung“ im Bild wiedergegeben werden. Eine lange Belichtungszeit bewirkt, dass ein sich bewegendes Objekt unscharf, also „verwischt“, wiedergegeben wird, ein Wischeffekt entsteht. Die Geschwindigkeit des Objekts und die verwendete Brennweite des Objektivs bestimmen, wie lange die Belichtung sein muss, damit das verwischte Objekt noch als scharf erkannt wird. Dabei gilt: Je länger die Brennweite, desto kürzer muss die Verschlusszeit sein. „Eine kurze Aufnahmedistanz hat den gleichen Effekt wie eine längere Brennweite“. Durch eine kurze Aufnahmedistanz wird der Abbildungsmaßstab größer, die zurückgelegte Strecke des Objekts damit länger. Bei geringer Aufnahmedistanz muss daher eine kürzere Belichtungszeit gewählt werden.

Unschärfe durch Mitziehen

Ein effektvoller Eindruck entsteht, wenn man durch Mitziehen der Kamera mit dem bewegten Objekt bewusste Unschärfe im Hintergrund erzeugt. Durch den verwischten Hintergrund entsteht der Eindruck von Bewegung und Geschwindigkeit. Ähnlich effektiv ist auch die Erzeugung von Bewegungsunschärfe durch das Verändern der Brennweite während der Belichtung.

Bildwirkung durch selektive Schärfe

Durch gezielten Einsatz von Schärfe und Unschärfe kann die Aufmerksamkeit des Betrachters gezielt gesteuert werden. Eine große Blende fokussiert die Aufmerksamkeit auf einen kleinen scharf abgebildeten Bereich der Fotografie. Der Blick des Betrachters kann durch das Spiel mit Schärfe und Unschärfe durch den Bildraum geleitet und seine Aufmerksamkeit auf dem Fotografen wichtig erscheinene Objekte gelenkt werden. Eine kleine Blende, also ein nahezu völlig

⁴¹⁵ HENNINGES, Heiner (2004): S. 51

scharfer Bildraum, „spiegelt das Objekt im Kontext seiner Umgebung. (...) dies lässt dem Betrachter die Möglichkeit, Motiv und Umgebung in Beziehung zu bringen.“⁴¹⁶

IV.1.5.2.6 Bildgestaltung durch Flächen

„Horizontale Bildteilungen werden von Querformaten verstärkt. Entscheidenden Einfluss auf die Bildwirkung hat die Höhenlage. Eine Horizontlinie am oberen oder unteren Bildrand wirkt aufregender als eine durch die Bildmitte verlaufende Waagrechte. Senkrechte Linien, die horizontale Bildteilungen kreuzen, sind Mittel, eine Komposition attraktiver zu machen.“⁴¹⁷

Die Drittel-Regel

Als Gestaltungsregel der Fotografie ist die Drittel-Regel an den „Goldenen Schnitt“ angelehnt.

Bei der Drittel-Regel wird das Sucherbild gedanklich in neun Teile geschnitten. Man zieht zwei waagrechte und zwei senkrechte Linien, so dass jeder Teil gleich groß ist, denn „Streckenverhältnisse im Goldenen Schnitt werden in der Kunst und Architektur oft als ideale Proportion und als Inbegriff von Ästhetik und Harmonie angesehen.“⁴¹⁸ Eine Platzierung des Motivs in der Mitte würde langweilig und zu statisch wirken.

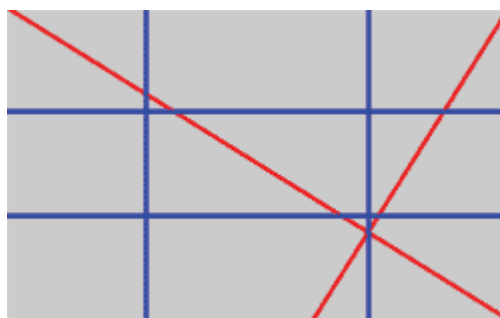


Abbildung 15 – Drittelregel / Goldener Schnitt

⁴¹⁶ KLUWE, Vincent (1982): S. 127

⁴¹⁷ KOSHOFER, Gert (2001): S. 92

⁴¹⁸ Aus: http://de.wikipedia.org/wiki/Goldener_Schnitt 09/2009

Die Dreieckskomposition

Die Dreieckskomposition oder Pyramidenkomposition geht auf die italienische Hochrenaissance zurück. Besonders häufige Anwendung fand die „figura pyramidale“ bei Darstellungen religiösen Inhalts. Die dargestellten Körper bilden ein beinahe gleichseitiges Dreieck und drücken Klarheit, Ruhe und Harmonie aus, wie hier bei Leonardo da Vincis „Heilige Anna Selbdritt“⁴¹⁹, um 1502, Paris, Louvre



Abbildung 16 – Leonardo Da Vinci, Heilige Anna Selbdritt, um 1502, Paris, Louvre aus: HOWARTH, Eva (1994): S. 67

⁴¹⁹ Aus: HOWARTH, Eva (1990): S. 66

IV.1.5.2.7 Bildgestaltung durch Linien

Vertikalen drücken Enge, Ausweglosigkeit, aber auch Größe und Erhabenheit aus.

Diagonalen: Eine Diagonale bringt Spannung und Leben ins Bild. Von links unten nach rechts oben führende Diagonalen lenken den Blick entlang der Diagonalen nach oben, „tendieren Blick und Gefühl nach oben.“⁴²⁰

Laut Andreas Feininger ist die Diagonale die „dynamischste aller Linienformen, ein grafisches Symbol, Bewegung, Tätigkeit und Leben.“⁴²¹

IV.1.5.2.8 Bildgestaltung durch Formate

Querformate kommen der gewohnten Sehweise entgegen, sie verstärken horizontale Bewegungen, vermitteln Ruhe. **Hochformate** zwingen den Blick in die Senkrechte und ermöglichen spannungsreichen Aufbau. **Quadrate** sind eher für zentral betonte Kompositionen prädestiniert.“⁴²²

Sonderformate

Im *Illustrierten Beobachter* kamen neben den gängigen Bildformaten auch kreisförmige und elliptische Formate zum Einsatz. Auch die seit der ersten Ausgabe häufig wieder verwendeten Panoramafotos waren eine Spezialität des *IB* und damit auch eine Spezialität Heinrich Hoffmanns.

Abbildung 17 – siehe Anhang Die *Propagandaschlacht am 13. Mai*,
Illustrierter Beobachter, 1928/Folge 10: S. 122

*„Die unübersehbare Menschenmenge einer Massenveranstaltung verlangt im Bilde ein stattliches Format, das seinem Inhalt wirklich gerecht wird. So würde wohl jedes appellierende Bild wirkungslos verpuffen, wenn es allzu bescheiden als Kleinbild zwischen anderen Bildern oder im Text begraben würde.“*⁴²³

⁴²⁰ KOSHOFFER, Gert (2001): S. 94

⁴²¹ Vgl. dazu FEININGER, Andreas (1978): S. 95

⁴²² KOSHOFFER, Gert (2001): S. 90

⁴²³ STIEWE, Willy (1936): S. 25

Panoramafotos

Zur optimalen Darstellung von Massenkundgebungen wurden vor allem Panoramafotos verwendet. Mit diesem fotografischen Mittel sollten die „massenmobilisierende Kraft der NSDAP“ und ihre Allgegenwart ausgedrückt werden.

Vor allem in den „Kampfjahren“ war weniger die Glorifizierung der Person Hitlers selbst, als die visuelle Umsetzung der Wirkung seiner Anziehungskraft auf die Zuhörer Inhalt der publizierten Bilder, die vor allem durch die Publikation von **Panoramafotos** ausgedrückt werden sollte.

Die Massenpanoramen wurden deshalb auch verstärkt vor den Reichstagswahlen 1930 (ca. 25 Abbildungen in diesem Jahr) als „hervorragende propagandistische Mittel“ eingesetzt, denn die Wandlung der NSDAP zur Massenbewegung konnte speziell mit Hilfe der Panoramafotos visuell entsprechend umgesetzt werden.

Zur Steigerung des visuellen Eindruckes der Panoramafotos experimentierte der *Illustrierte Beobachter* mit den verschiedensten Präsentationsformen.

So wurden die Panoramafotos um dem Bild eine zusätzliche Dynamik zu verleihen – auch über eine oder zwei Seiten diagonal oder senkrecht abgebildet. Aufgrund des relativ konstanten Abbildungsmaßstabes und der durchwegs extrem kleinteiligen Massendarstellungen blieben die Möglichkeiten zur Wirkungssteigerung der Panoramen jedoch begrenzt.

Abbildung 18 – Ein Freudentag in Ostpreußen: *Hitler spricht in Königsberg!*,
Illustrierter Beobachter, 1930, Folge 38, S. 658-659

In den folgenden Jahren sank die Zahl der reproduzierten Panoramafotos beständig ab. Erst 1931 kam es zu einer Wiederbelebung der Panoramafotos: Der stereotype Gebrauch der Panoramafotos wurde durch Einzeldarstellungen aufgelockert. Einzelne Personen wurden herausgegriffen und als namenlose Vertreter unterschiedlichster Volksgruppen dargestellt.

IV.1.5.3 Wahl der technischen Mittel zur Bildgestaltung

„Der fotografischen Aufnahme dient eine Fotografische Apparatur (Kamera). Durch Manipulation des optischen Systems (unter anderem die Einstellung der Blende, Scharfstellung, Farbfilterung, die Wahl der Belichtungszeit, der Objektivbrennweite, der Beleuchtung und nicht zuletzt des Aufnahmematerials) stehen dem Fotografen zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten offen.“⁴²⁴

IV.1.5.3.1 Film (Filmempfindlichkeit, Korn, Kontrast etc.)

Die wichtigste Kenngröße des Films ist die Empfindlichkeit. Die Empfindlichkeit eines Films wird in ISO⁴²⁵ angegeben. Je empfindlicher der Film, desto weniger Licht wird benötigt, um eine bestimmte Schwärzung zu erzeugen. Mit steigender Filmempfindlichkeit kann entweder das Licht oder die Belichtung geringer sein.

Gering empfindliche Filme (bis ISO 50/18°) haben eine sehr feine Körnung und hohes Auflösungsvermögen. Sie zeichnen sich durch einen hohen Kontrast und einen geringen Belichtungsspielraum aus.

Mittlempfindliche Filme (ISO 100/21°) weisen feines Korn und hohe Schärfe auf.

Hochempfindliche Filme (ab ISO 400/27°) haben eine sehr grobe Körnung und einen großen Belichtungsspielraum. Hochempfindliche Filme finden vor allem in der Available-Light-Fotografie Anwendung.

IV.1.5.3.2 Objektive

„Die wichtigsten Kenndaten eines Objektivs sind seine Brennweite und Lichtstärke.“⁴²⁶ Mit der Wahl des Objektivs bzw. der Brennweite bestimmt der Fotograf die Größe des Motivs und den Bildausschnitt, aber nicht die Perspektive.

⁴²⁴ Aus: <http://de.wikipedia.org/wiki/Fotografie#Fotoapparat> 09/2009

⁴²⁵ ISO vereinigt die früher üblichen DIN und ASA –Angaben. Also 21 DIN oder 100 ASA wird in zu ISO 100/21°

⁴²⁶ HENNINGES, Heiner (2004): S. 38

Die Brennweite hat Auswirkungen auf die Abbildungsgröße.

Von ein und demselben Standort aus können Objektive mit unterschiedlicher Brennweite ein Motiv unterschiedlich groß abbilden. Die Brennweite sagt daher aus, wie groß ein Objekt, bei gleichem Aufnahmestandort, auf einem Film abgebildet werden kann. Bei gleichem Aufnahmestandort „werden Motive bei Verdoppelung der Brennweite auch doppelt so groß abgebildet; dabei wird nur mehr ein Viertel der ursprünglichen Motivfläche erfasst.“⁴²⁷ Die unterschiedlichen Brennweiten erzeugen – bei gleich bleibendem Aufnahmestandort – keine unterschiedlichen Perspektiven, sondern geben lediglich unterschiedliche Bildausschnitte wieder.

Die Brennweite hat Auswirkungen auf die Schärfentiefe: Kurze Brennweiten (Weitwinkelobjektive) ergeben große Schärfentiefe, lange Brennweiten (Teleobjektive) ergeben geringe Schärfentiefe.

Die Lichtstärke gibt über die Lichtmenge Auskunft, die das Objektiv bei voller Blendenöffnung auf den Film lässt. Je lichtstärker ein Objektiv, desto kürzere Verschlusszeiten sind möglich.

Normalobjektiv

„Als Normalobjektive gelten Objektive mit einer Brennweite, die etwa der Diagonale des Aufnahme-Bildformats entspricht.“⁴²⁸ Obwohl genau genommen die Diagonale des Kleinbildnegativs/Aufnahmeformats (24 mm x 36 mm) 43,3 mm beträgt, hat sich eine Brennweite von 50 mm durchgesetzt, diese Objektive werden als Standard- oder Normalobjektiv bezeichnet.

Teleobjektiv

Teleobjektive haben gegenüber einem Normalobjektiv eine längere Brennweite und einen kleineren Bildwinkel. „Charakteristisch für die Abbildungseigenschaften von Teleobjektiven ist die geringe Schärfentiefe.“⁴²⁹ Dabei wird nur ein kleiner Bereich (das anvisierte Motiv) scharf abgebildet, während der Rest in der Unschärfe liegt. Man spricht auch von einer „Verflachung des Motivs“.

⁴²⁷ MASCHKE, Thomas (1999): S. 38

⁴²⁸ Aus: <http://de.wikipedia.org/wiki/Normalobjektiv> 09/2009

⁴²⁹ Aus: <http://de.wikipedia.org/wiki/Teleobjektiv> 09/2009

Weitwinkelobjektiv

„Objektive mit kurzen Brennweiten besitzen einen großen Bildwinkel und gestatten Aufnahmen aus kurzer Distanz.“⁴³⁰ Je kürzer die Brennweite, desto stärker ist die perspektivische Wirkung. „Wegen ihres großen Bildwinkels werden Objektive mit kurzen Brennweiten als Weitwinkelobjektive bezeichnet.“⁴³¹

Wirkung der Brennweite auf das Motiv

Mit einem Bildwinkel von 45° entspricht das Normalobjektiv ungefähr dem natürlich Sehwinkel des Auges.

Mit einem Teleobjektiv ist es möglich, Gegenstände aus großer Distanz formatfüllend abzulichten. Das Motiv wird aus seiner Umgebung herausgelöst und erhält damit einen herausragenden Stellenwert.

Mit einem Weitwinkelobjektiv kann man nicht nur Übersichten, Landschaften und Massenveranstaltungen darstellen, sondern es wird auch der Vordergrund im Verhältnis deutlich größer als der Hintergrund wiedergegeben. Auf Grund seiner großen Schärfentiefe eignet sich das Weitwinkelobjektiv vor allem dazu, um „die Dimension der Tiefe darzustellen“⁴³².

IV.1.5.3.3 Resumee

Zahlreiche bildgestaltende Elemente wurden im vorangegangenen Kapitel vorgestellt und ihre Wirkung beschrieben. Da bildgestaltende Elemente immer eine bestimmte Bildaussage unterstreichen beziehungsweise ausdrücken sollen, kann man – auch ohne Analyse - bei Betrachtung von Pressebildern aus dem Illustrierten Beobachter durchaus feststellen, dass gerade Elemente, die Macht (Froschperspektive), Größe (Vordergrund-Mittelgrund-Hintergrund/Perspektive/Kameraposition), Dynamik (Diagonale, etc.) und Stärke repräsentieren, häufig verwendet wurden. Man kann aber nicht wirklich von der Existenz einer Grammatik, geschweige einer faschistischen Bildgrammatik sprechen, „(...) es sind vielmehr auch die Choreographie, die Inszenierung der Öffentlichkeit, die Eroberung des sinnlichen Lebensraumes, der die Visualisierung des Dritten Reiches kennzeichnen.“⁴³³.

⁴³⁰ HENNINGES, Heiner (2004): S. 39

⁴³¹ Ebd., S. 39

⁴³² Ebd., S. 39

⁴³³ DOMSICH, Johannes (1991): S. 170

IV.2 METHODEN DER BILDANALYSE

*„Bei der Bildbeschreibung, Bilddeutung und Bildinterpretation geht es um die Sinnentschlüsselung von Bildkommunikation“
(Marion G. Müller)⁴³⁴.*

Nachdem nun die wichtigsten bildgestaltenden Elemente im vorangegangenen Kapitel beschrieben worden sind, stellt sich - auf der Suche nach einer „faschistischen Bildgrammatik“ - die Frage: können Bilder überhaupt analysiert werden? Und wenn ja, welche Methoden stehen dafür zur Verfügung?

Im folgenden Kapitel möchte ich vor allem Methoden der Bildanalyse erläutern, die speziell auf die Fotografie angewendet werden können. Die von mir beschriebenen Methoden von Thomas Knieper, Marion G. Müller und Elke Grittmann beziehen sich auf Erwin Panofskys Analyseverfahren. Während Marion G. Müller und Thomas Knieper ihre Analysen auf Einzelbilder beziehen, adaptiert Elke Grittmann die ikonographische Methode für die Inhaltsanalyse.

IV.2.1 Die Bildanalyse von Marion G. Müller

Marion G. Müller liefert in ihrem Buch „Grundlagen der visuellen Kommunikation“ einen interessanten Ansatz zur Beschreibung von Bildern. Im folgenden Kapitel soll dieses Verfahren der Bildanalyse, das auf das am Dreischrittschema von Erwin Panofsky aufbaut, erläutert werden.

„Bilder als Kommunikate werden innerhalb der visuellen Kommunikationsforschung analysiert, um den Kommunikationsprozess sowie die kommunizierten Bildbedeutungen zu erforschen. Bilder haben viel Bedeutungs- und Sinnschichten.“⁴³⁵

⁴³⁴ Vg. dazu MÜLLER, Marion G. (2003): S. 34

⁴³⁵ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 34

Und eben diese Komplexität spiegelt sich in Erwin Panofskys Dreischrittschema wieder.

Gegenstand der Interpretation	Subjektive Quelle der Interpretation	Objektives Korrektiv der Interpretation
1. Phänomensinn	Vitale Daseinserfahrung	Gestaltungsgeschichte (Inbegriff des Darstellungsmöglichen)
2. Bedeutungssinn	Literarisches Wissen	Typengeschichte (Inbegriff des Vorstellungsmöglichen)
3. Dokumentsinn	Weltanschauliches Urverhalten	Allgemeine Geistesgeschichte (Inbegriff des weltanschaulichen Möglichen)

Bild 1: Panofsky, Erwin: Ikonographie und Ikonologie, S. 29

Zum besseren Verständnis möchte ich vorher noch kurz näher auf das Dreischrittschema von Erwin Panofsky eingehen:

Das Dreischrittschema von Erwin Panofsky

Erwin Panofsky (1892-1968), Kunsthistoriker und Begründer der Ikonologie schlägt in seinem Buch „Ikonographie und Ikonologie“ ein Dreischrittschema für die Beschreibung und Bedeutungsanalyse von Kunstwerken vor, welches aus sich aus Beschreibung, Analyse und Interpretation zusammensetzt.

Für Erwin Panofsky ist eine rein formale Beschreibung praktisch unmöglich, denn

„(...) jede Deskription wird – gewissermaßen noch eher sie überhaupt anfängt – die rein formalen Darstellungsfaktoren bereits zu Symbolen von etwas Dargestelltem umgedeutet haben müssen; und damit wächst sie bereits (...) aus einer rein formalen Sphäre schon in eine Sinnesregion hinauf.“⁴³⁶

Eine „formale“ Betrachtungsweise bildet daher nicht nur die Form, sondern daneben auch bereits den Sinn der Form, den Gegenstand der Bildbeschreibung⁴³⁷.

⁴³⁶ PANOFSKY, Erwin (2006): S. 8

⁴³⁷ Ebd., S. 8

1. Schritt: die Bildbeschreibung

Die Bildbeschreibung, bezieht sich auf den von Panofsky beschriebenen Phänomensinn.

Seiner Meinung nach setzt die rein phänomenale Beschreibung „(...) nun wirklich nichts weiter voraus, als dass wir uns das Bild gut ansehen und es auf Vorstellungen beziehen, die uns aus der Erfahrung geläufig sind.“⁴³⁸ Um gleich danach einzuschränken, dass der Betrachter sehr wohl auch mit den allgemeinen Darstellungsprinzipien der historischen Situation vertraut sein muss, um - bevor das Bild beschrieben werden kann - eine stilkritische Einordnung des Bildes vornehmen zu können.

Wenn wir das vorhin Gesagte auf die Fotografie umlegen, so müsste im ersten Schritt eine Fotografie auf: Format, Farbigkeit, Motiv, Komposition, Technik und Qualität beschrieben werden⁴³⁹. Auch Größenverhältnisse, Blick- und Aufmerksamkeitslenkung sollten dabei mitberücksichtigt werden.

Nach Marion G. Müller ist der häufigste Fehler bei der Bildbeschreibung die (Über)interpretation. Ihrer Meinung nach sollte die Beschreibung so exakt wie möglich sein und bei der Begriffswahl so vorgegangen werden, „(...) dass das Beschriebene deutungsoffen bleibt“⁴⁴⁰.

2. Schritt: die Bildanalyse

Nach Erwin Panofskys Dreischrittschema, entspricht die Ebene der Bildanalyse, die der sekundären Sinnschicht. Diese Ebene, die sich erst aufgrund eines literarischen übermittelten Wissens erschließen lässt, nennt Erwin Panofsky „Bedeutungssinn“.

„Bildanalyse ist im Wesentlichen Bedeutungszuweisung“⁴⁴¹, daher muss die Frage lauten: Wie analysiere ich das Bild.

Für die Bildanalyse heißt das: sich auf die Suche nach den Bildquellen zu machen, „(...) nach Vorbildern oder ähnlichen Bildmotiven zu suchen sowie sich näher mit dem gewählten Gestaltungsgenre des Bildes zu befassen.“⁴⁴²

⁴³⁸ PANOFSKY, Erwin (2006): S. 11

⁴³⁹ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 37

⁴⁴⁰ Ebd., S. 33

⁴⁴¹ Ebd., S. 42

⁴⁴² Ebd., S. 43

Biografische Daten der Abgebildeten Personen, Name und genaue Beschreibung des Medium aus der die Fotografie stammt, Urheber, u.s.w. sollten genauestens recherchiert werden. Sie spielen zwar in der Phase der Bildanalyse noch eine untergeordnete Rolle, werden, aber für die Phase der Bildinterpretation zur Belegung der angeführten Argumente benötigt. Begriffliche Überspitzung sowie Vorwegnahme des Interpretationsergebnisses sollten nach Marion G. Müller vermieden werden.

3. Schritt: Bildinterpretation

„(...) so ist die höchste Aufgabe der Interpretation, in jene letzte Schicht des „Wesenssinnes“ einzudringen. Sie hat erst dann ihr eigentliches Ziel erreicht, wenn sie die Gesamtheit der Wirkungsmomente (also nicht nur das Gegenständliche und Ikonographische, sondern auch die rein „formalen“ Faktoren der Licht- und Schattenverteilung, der Flächengliederung, ja selbst der Pinsel- Meißel oder Stichelührung.) als „Dokumente“ eines einheitlichen Weltanschauungssinns erfaßt und aufgewiesen hat“⁴⁴³

Die Bildinterpretation bezieht sich auf die dritte Stufe in Erwin Panofskys Dreischrittschemas, Gegenstand der Interpretation ist der Dokumentsinn.

Für die Interpretation von Bildern benötigt man laut Marion G. Müller daher *„(...) Kenntnisse über den spezifischen sozio-kulturellen Bildkontext, in dem sich politisches und soziales Handeln vollzieht sowie (...) Wissen über die Produktionsstrukturen (Produktionsanalyse), die Gestaltungs-, Typen- und Motivgeschichte des (...) zu interpretierenden Bildes (Produktanalyse), aggregierte Daten bzw. einen Fragebogen zur Ermittlung eigener Daten, wenn sie sich auf die Interpretation der Bildrezeption konzentrieren (Wirkungsanalyse).“⁴⁴⁴*

⁴⁴³ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 26

⁴⁴⁴ Ebd., S. 54ff

Exkurs

Zum besseren Verständnis des oben Beschriebenen, möchte ich noch einmal die drei Ebenen visueller Kommunikationsforschung: Produktionsanalyse – Produktanalyse – Wirkungsanalyse von Marion Müller anführen⁴⁴⁵:

Die Produktionsanalyse

Die Produktionsanalyse fragt nach dem Warum und Wie der Entstehung, sie untersucht die Entstehungsbedingungen und die Produktionsstrukturen visueller Kommunikation.

Die Fragestellung betrifft die Arbeitsbedingungen des Fotografen, die Zusammenarbeit mit der Bildredaktion, die Frage nach der Auswahl des Bildmaterials und allgemein nach der Motivation des Bildproduzenten. Die Produktionsanalyse erfordert deshalb methodisch einen „(...) historisch-sozialwissenschaftlichen Ansatz, der nach den Entstehungsbedingungen sowie dem Wandel der spezifischen Produktionsbedingungen und -kontexte fragt“⁴⁴⁶

Die Produktanalyse

Die Produktanalyse untersucht Materialität und Motiv des Bildes, der Schwerpunkt liegt auf der Bedeutungsebene des zu analysierenden Bildes. Form, Größe, Produktionstechnik, Motiv, Materialität und Motiv des Bildes stehen im Mittelpunkt des Forschungsinteresses. Da alle Bilder mehrdeutige Interpretationen zulassen, ist laut Müller die Motivgeschichte und der mit den Bildmotiven verbundene Bedeutungswandel für eine komplexe Interpretation zu berücksichtigen. „Methodisch erscheinen sowohl zeichentheoretische, psychologische, als auch kunsthistorische Ansätze für die Ebene der Produktanalyse besonders geeignet.“⁴⁴⁷

Die Wirkungsanalyse

Durch ihre methodisch meist quantitative empirische Vorgangsweise untersucht die Wirkungs- und Rezeptionsforschung die Wahrnehmung, Wirkungen und Rezeptionsformen von Bildern. Während der Nachweis von wahrnehmungsrelevanten Wirkungen kein Problem darstellt, ist es zurzeit auf Grund der Komplexität noch nahezu unmöglich handlungsrelevante Wirkungen von Bildern nachzuweisen. Die Produktanalyse fragt „(...) nach den bildimmanenten Bedeutungen: Was ist auf dem Bild wie dargestellt? Die Produktionsanalyse konzentriert sich auf die „Bildproduzenten und den Entstehungskontext“: Wann ist das Bild wie und wo entstanden? Produkt- und Produktionsanalysen sind damit Voraussetzungen der Wirkungsanalyse, denn nur wenn die Bedeutung der Bilder und ihre Funktionen ermittelt sind, kann zielgerichtet nach den Wirkungen der Bilder gefragt werden.“⁴⁴⁸

⁴⁴⁵ Siehe dazu auch Kapitel II.1.1.1

⁴⁴⁶ Vgl. dazu MÜLLER, Marion G. S. 14

⁴⁴⁷ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 16

⁴⁴⁸ Ebd., S. 56

IV.2.2 Die Ikonologische Kontextanalyse von Thomas Knieper

Ein Verfahren zur Analyse von Medienbildern innerhalb der Kommunikationswissenschaft stellt die ikonologische Kontextanalyse von Thomas Knieper dar.

Der Kommunikationswissenschaftler Thomas Knieper bezieht sich mit seiner Bildanalyse ebenfalls auf Erwin Panofsky und modifiziert sein Analyseverfahren speziell für Medienbilder⁴⁴⁹ zu seiner *ikonologischen Kontextanalyse*.

Die Methode ikonologischen Analyse läuft vierstufig ab⁴⁵⁰:

1. Die prä-ikonische Beschreibung listet alle Bildinhalte und formalen Aspekte auf.
2. Die ikonische Beschreibung. In dieser Phase werden die in Phase 1 beschriebenen Elemente identifiziert.
3. Die ikonographische Interpretation. Hier werden die Bildinhalte in Zusammenhang gebracht und der Bildgegenstand formuliert. Die Bedeutung des Bildes wird herausgearbeitet und nach der Intention des Bildurhebers gefragt.
4. Die ikonologische Interpretation arbeitet schließlich die versteckten Bedeutungen und die nicht explizit angesprochenen Aspekte heraus.

Thomas Knieper erweitert für seine Methode die ikonographische Bildanalyse von Erwin Panofsky um die Materialeigenschaft, den Produktionskontext und die historische Einbettung des Bildes.

⁴⁴⁹ Unter Medienbilder versteht Thomas Knieper primär am Publikum orientierte, an Trägermedien gebundene, massenmedial verbreitete Abbilder, wie zum Beispiel die Fotografie. Siehe dazu auch SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 46

⁴⁵⁰ KNIEPER, Thomas (2006), In: SACHS-HOMBACH, Klaus (2006): S. 48

Dazu verdichtet Thomas Knieper die ersten beiden Phasen⁴⁵¹ zu einem Arbeitsschritt: der ikonographischen Identifikation beziehungsweise ikonographischen Beschreibung, die ikonologische Kontextanalyse ist damit ein dreistufiges Verfahren:

- 1. Ikonographische Identifikation**
- 2. Ikonographische Interpretation der manifesten Bildinhalte**
- 3. Ikonologische Interpretation**

Nach Meinung von Thomas Knieper sollte sich die Ikonologische Interpretation verstärkt am historisch und kulturell eingebetteten medialen Prozess orientieren. Denn durch das Einbeziehen des medialen Prozesses, der sich aus „(...) Entstehungs-, Bearbeitungs-, Selektions-, Distributions-, Rezeptions- und Wirkungsprozess zusammensetzt, ⁴⁵² bewährt sich die ikonologische Kontextanalyse vor allem für die Einzelbildanalyse.

Bei der Interpretation ist zu beachten, dass auf jeder Prozessebene „(...) Akteure beteiligt sind, die sich mit Selektion sowie Interpretation mehr oder weniger bewusst einbringen und eventuell spezielle Wirkabsichten verfolgen. Auf alle Fälle spiegeln die Stadien des Prozesses die Kontexte wieder, auf die bei der ikonologischen Interpretation als Minimalvoraussetzung Rücksicht genommen werden muss.“⁴⁵³

⁴⁵¹ Gemeint sind hier die prä-ikonische und die ikonische Beschreibung

⁴⁵² KNIEPER, Thomas (2006), In: SACHS-HOMBACH, Klaus (2006): S. 48ff

⁴⁵³ Ebd., S. 48

IV.2.3 Methode der Inhaltsanalyse zur Analyse von Bildern

Elke Grittmann beschreibt in dem Artikel „Fotojournalismus und Fotografie“ die Schwierigkeiten der Forschung zum Bildjournalismus „fundierte Ergebnisse über visuelle Inhalte und deren Produktions- und Selektionskriterien zu liefern.“⁴⁵⁴

Für ihre Methode der Bildanalyse adaptiert sie die ikonographische Methode auf die Inhaltsanalyse, die - ihrer Meinung nach - die Bildmotive sinnvoll klassifizieren und im Bild-Text-Zusammenhang analysieren helfen könnte.

Die Bildinhaltsanalyse

Bereits seit den 30er Jahren wurden in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Bildinhaltsanalysen durchgeführt, die Anzahl der Studien ist aber laut Elke Grittmann sehr gering.

Klaus Merten der bereits 1995 darauf hingewiesen hatte, dass sich „die Verfahren der Inhaltsanalyse nicht nur auf Schrift und Wort, sondern auf jede Art von Zeichen anwenden ließen,“ übersah dabei, dass „erhebliche methodische Probleme, jenseits von einfachen Flächenberechnungen zu einer inhaltlichen Gliederung von Bildern zu gelangen“⁴⁵⁵, existieren. Denn zahlreiche (...) Theorien und Hypothesen, die in Studien zur Wortberichterstattung entwickelt wurden, wurden bei der Erforschung bildjournalistischer Aussagen in Printmedien einfach adaptiert.⁴⁵⁶

Die ersten inhaltsanalytischen Studien in der deutschsprachigen Publizistik **waren formal-deskriptiv**, „das Erkenntnisinteresse galt (...) dem rein quantitativen Stellenwert sämtlicher Illustrationen in Tages- und Wochenzeitungen.

Die Studien erfassten formale Bildaspekte, Flächenanteil und Anzahl von Bildern, differenzierten nach einzelnen Illustrationsformen, erhoben aber auch Kriterien der redaktionellen Bildbearbeitung wie Formate, Legenden und Quellen(-angaben)“ Die Frage galt dem Wie Bilder eingesetzt wurden.

⁴⁵⁴ GRITTMANN, Elke (1992), In: WIRTH, Werner (1992), S.263

⁴⁵⁵ WILKING: Strukturen lokaler Nachrichten, S.35

⁴⁵⁶ Vgl. dazu Elke GRITTMANN

Ebenfalls seit den 50er Jahren „wurde das Verfahren der „**vergleichenden Wirklichkeitsanalyse**“ (...) für die Pressefotografie adaptiert, das der Überprüfung galt, inwieweit soziale Wirklichkeit adäquat in den Medien repräsentiert wird. (...) Die Studien widmeten sich dem Auftreten einzelner Bildelemente von Pressefotos (...) dabei spielten wiederum formale Aspekte und der inhaltliche Bildkontext keine Rolle.“⁴⁵⁷

Als Indikatoren galt die Häufigkeit der Präsenz, weil implizit unterstellt wurde, dass ein häufiges Auftreten eines Merkmals auch eine größere Aufmerksamkeit garantiert. Neben der Präsenz auch Repräsentation einer Person (politische Kommunikation). Zusammenhang von medialer Beachtung und Präsenz, Größe, Platzierung und Häufigkeit der Fotografien galten als Indikatoren.

Neben dem formal-deskriptiven Verfahren, der Wirklichkeits- und Objektivitätsanalysen wurde mit der Themenanalyse ein weiteres Verfahren auf die Bildinhaltsanalyse übertragen.

Die Bildinhalte wurden nach dem Vorbild verbalsprachlicher Themenanalysen vorwiegend auf Ressort- und Sachgebietsebene erfasst. Dabei wird laut Grittmann aber nur das Thema, auf das sich ein Bild bezieht und nicht der Bildinhalt selbst beschrieben.

Zusammenfassend kann man sagen, dass sich die bisherigen Bildanalysen

„ (...) entweder auf formale Gestaltungsaspekte im Zeitungskontext, auf Darstellungsweisen (Kameraperspektive, Einstellungsgröße) und auf inhaltlicher Ebene auf einzelne Bildelemente (Personen) oder Themenbezüge der Fotos konzentrierten. (...) Gerade die Themenanalysen erfassen aber nur, auf welchen Ereigniskontext sich ein Bild bezieht, jedoch nicht welcher Moment eines Ereignisses im Foto festgehalten wurde.“⁴⁵⁸

⁴⁵⁷ GRITTMANN, Elke in WIRTH, Werner (1992), S.266

⁴⁵⁸ Ebd., S.271

Eine Bildinhaltsanalyse die das Pressefoto in seinem Gesamtkontext erfassen würde ist die Ikonographische Methode. Grittmann fordert als Voraussetzung für eine präzise Erfassung eine „klare Trennung der einzelnen Bild-Analyseebenen im Zeitungskontext. (...) Erst die Trennung der einzelnen Bestandteile – Gestaltung im Zeitungskontext, Motiv, Element, Inhalt, Thema und ihre Darstellungsweisen-der-Text-Bild-Nachricht ermöglicht, ihr Funktionen zuzuweisen.“

Die von Panofsky als deskriptive Methode entwickelte Ikonografie „an die ihre Interpretationsmethode, die Ikonologie anknüpft“ (...) lässt sich aufgrund ihrer Trennschärfe in einer modifizierten Form auch und gerade auf den Bildjournalismus anwenden.“⁴⁵⁹

⁴⁵⁹ GRITTMANN, Elke in WIRTH, Werner (1992), S.272

IV.2.4 Die Bildsemiotik

Die Bildsemiotik liefert wichtige Ansätze zur Wirkungsweise der Bildkommunikation. „Ihre Orientierung auf die Sprache sowie die sprachzentrierte Begrifflichkeit machen die Semiotik bzw. die Semiologie jedoch zu einem bisweilen sperrigen Instrumentarium der visuellen Kommunikationsforschung.“⁴⁶⁰

„Die semiotische Bildanalyse beruht auf der Erkenntnis, dass sich jede visuelle Darstellung aus bedeutungstragenden Elementen zusammensetzt, die erkannt und gegliedert deklariert werden, um zu einem Verständnis der gesamten Bildaussage zu führen.“⁴⁶¹

„Besonders eigenständige und ergiebige Leistungen bieten im Rahmen der interdisziplinären Kommunikationsforschung die semantischen Analysen des Bildes. Für diese Analysen sind einerseits die sachliche Bedeutung des Bildes und andererseits die darüber hinausgehende, vor allem emotionale Bedeutung auseinander zu halten“⁴⁶²

Ein Bild beinhaltet immer eine denotative und eine konnotative Ebene. Für eine semantische Analyse muss die denotative (sachliche) Ebene des Bildes, von der darüber hinausgehenden konnotativen (emotionalen und assoziativen) Ebene unterschieden werden.

Die denotative Ebene würde also beschreiben was ich auf dem Bild sehe, während die konnotative Ebene die Bedeutung darüber hinaus beschreiben würde.

Alles in allem ist die Semiotik eine „hochkomplexe prozessorientierte Theorie, die bisweilen einen Abstraktionsgrad erreicht, der zwei Risiken birgt: Zum einen wird die individuelle Nachvollziehbarkeit der Gedankengänge sehr erschwert, zum anderen entfernt sich die Theorie durch die implizite Immaterialisierung des Icon-Begriffs von den konkreten Abbildern.“⁴⁶³

⁴⁶⁰ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 163

⁴⁶¹ SACHS-HOMBACH, Klaus (2005): S. 35

⁴⁶² KROEBER-RIEL, Werner (1996): S. 29

⁴⁶³ MÜLLER, Marion G. (2003): S. 162

V. SCHLUSSBEMERKUNGEN

Die Hauptforschungsfrage meiner Arbeit: „Welchen Stellenwert hatte die Pressefotografie als publizistisches Führungsmittel in der NS-Zeit und kann man in den Pressefotos der NS-Zeit eine Art „faschistische Bildgrammatik“ erkennen?“ konnte in meiner Arbeit beantwortet werden.

In Anlehnung an die Unterteilung der visuellen Kommunikationsforschung in Produktionsanalyse, Produktanalyse und Wirkungsanalyse von Marion G. Müller habe ich versucht die Stellung der Pressefotografie in der NS-Zeit herauszuarbeiten. Die Einschränkungen, die sich für die Bildberichterstatter aus dem Schriftleitergesetz ergaben, sind ebenso in meine Arbeit eingeflossen, wie spannende Fragen nach der Motivation beziehungsweise Intention des, stellvertretend für die Bildberichterstatter stehenden, Heinrich Hoffmann.

Im Sinne der Produktanalyse habe ich mich theoretisch mit den bildgestaltenden Elementen und deren Wirkungsweise auseinandergesetzt. Da eine zusätzliche Wirkungsanalyse im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich war, musste ich mich auf eine theoretische Beschreibung des Themas beschränken.

Die Frage, ob man von einer Art „faschistische Bildgrammatik“ in den Pressefotos der NS-Zeit sprechen kann, ist nicht eindeutig zu beantworten. Fotografien der NS-Zeit beinhaltet keinen speziell anderen bildgestaltenden Elemente auf Grund derer man von einer „faschistischen Bildgrammatik“ sprechen könnte. Erst in Kombination mit den Inszenierungen und den Choreographien der Nationalsozialisten ergibt sich so etwas von dem man im weitesten Sinne von einer „faschistischen Bildgrammatik“ sprechen kann.

Spannend zu hinterfragen wäre auch, welche Bilder aus der NS-Zeit eigentlich in unserem kollektiven Gedächtnis hängen geblieben sind, weil sie immer und immer wieder publiziert wurden. Diese so genannten Schlüsselbilder, die quasi eine Nachricht im Bild verdichten, könnten uns in mehrfacher Hinsicht Auskunft geben: einerseits über ihre (Entstehungs-)Zeit, andererseits aber auch über das, was wir – beeinflusst von den ewig gleichen Bildern der NS-Zeit – als „typisch faschistisch“ interpretieren würden.

Meine Forschungsreise führte mich von der Kommunikationswissenschaft kommend über die verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen wie die Psychologie, die Geschichte, die Kunstgeschichte und die Sprachwissenschaft hin zu *der Bildwissenschaft*.

Die Bildwissenschaft, die eigentlich (noch) keine eigenständige Wissenschaft sein möchte, sondern sich als Theorierahmen für die unterschiedlichen Forschungsfelder versteht, sehe ich im Bereich der visuellen Kommunikationsforschung als eines der interessantesten Projekte der Zukunft an. Es bleibt zu hoffen, dass sich die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft das steigende Interesse an der Bildwissenschaft zum Anlass nimmt, um den vernachlässigten Bereich visuelle Kommunikationsforschung zu intensivieren um ihren Beitrag im Bereich der Produktions- und Rezeptionsforschung zu leisten.

VI. LITERATURLISTE

ABEL, Karl Dietrich: Presselenkung im NS-Staat. Eine Studie zur Geschichte der Publizistik in der nationalsozialistischen Zeit. Berlin, 1968.

ADORNO, Theodor: Ästhetische Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1981.

ALBUS, Volker/ HONNEF, Klaus: Deutsche Fotografie. Macht eines Mediums 1870-1970. Köln: DuMont Verlag, 1997.

ANGER, Walter: Das Dritte Reich in Dokumenten. Erster Teil: Der Weg zum Zweiten Weltkrieg. Frankfurt am Main: Europäische Verlagsanstalt, 1957.

ANSEL, ADAMS: Das Positiv als photographisches Bild. München: Christian Verlag GmbH. 1986.

ARNHEIM, Rudolf: Kunst und Sehen. Eine Psychologie des schöpferischen Auges. Neufassung. Berlin/New York: de Gruyter Verlag, 1978.

ARNHEIM, Rudolf: Anschauliches Denken. Zur Einheit von Bild und Begriff. Köln: Verlag M. DuMont Schauberg, 1972.

ARNHEIM, Rudolf: Zur Psychologie der Kunst. Köln: Verlag Kiepenheuer & Witsch, 1966.

ARNOLD, Sabine: Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert. UBSBG

ATTESLANDER, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. Unter Mitarb. von Bender, Christiane. 7. bearb. Aufl. De Gruyter. Berlin/NY, 1993.

ATZLER, Sabine: Wie innovativ war die visuelle Inszenierung Adolf Hitlers? Diplomarbeit, Wien, 2001.

BAATZ, Willfried: Geschichte der Fotografie. Schnellkurs. Köln: DuMont Verlag, 1997.

BAIER, Wolfgang: Geschichte der Fotografie. Schirmer/Mosel. München, 1977.

BARRET, Andre: Die ersten Fotoreporter 1848-1914. Frankfurt am Main, 1978.

BARTHES, Roland: Rhetorik des Bildes. In: Alternative 54/1967.

BARTHES, Roland: Mythen des Alltags. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1964.

BARTHES, Roland: Die helle Kammer. Bemerkungen zur Fotografie. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1989.

BARTHES, Roland: Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1990.

BAUMHAUER, Otto: Das Bild als politisches Zeichen. In: Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung. 31. Jhg. 1986. Heft 1-2. S.35-51.

BECKER, Peter-Emil: Sozialdarwinismus, Rassismus, Antisemitismus und Völkischer Gedanke. Wege ins Dritte Reich. Georg Thieme Verlag. Stuttgart/New York, 1990.

BELTING, Hans: Bilderfragen. Die Bildwissenschaften im Aufbruch. München: Wilhelm Fink Verlag, 2007.

BENJAMIN, Walter: Kleine Geschichte der Photographie. S.46-64. In: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1963.

BENTELE, Günter: Semiotik und Massenmedien. München: Ölschlägerverlag, 1981 .

BENTELE, Günter: Semiotik. Grundlagen und Probleme. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz: Kohlhammer Verlag, 1978.

BERGHAUS, Margot: Zur Theorie der Bildrezeption. In: Publizistik Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung. 1986. S. 278ff.

BERNHARD, Siegfried: Nationalsozialistische Bildberichterstattung. Dargestellt am Beispiel des Illustrierten Beobachters. Diplomarbeit, Wien, 1997.

BOBROWSKY, Manfred/DUCHKOWITSCH, Wolfgang/HAAS, Hannes: Medien und Kommunikationsgeschichte. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, 1987.

BOCHDANSKY, Ulrike: Propagandafotografie im Dritten Reich. Diplomarbeit Innsbruck, 1996.

BODA, Walter: Leitfaden Urheberrecht. Für österreichische Berufsfotografen. Wien: Verlag für photographische Literatur, 1997.

BOECKMANN, Klaus: Unser Weltbild aus Zeichen. Zur Theorie der Kommunikationsmedien. Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, 1994.

BOEDECKER, Ludwig: Pressephotographie und Bildberichterstattung. Ein Handbuch für die Pressefotographen. Verlag „Der Photograph“. L.Fernbach. Bunzlau, 1926.

BOGEN, STEFFEN: Kunstgeschichte/Kunstwissenschaft. In: Bildwissenschaft - Disziplinen, Themen, Methoden. SACHS-HOMBACH, Klaus. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2005, S, 52ff.

BOHRMANN, Hans: NS-Pressenanweisungen der Vorkriegszeit. Edition und Dokumentation. Band 1-4. 1933-1936. München/NY/London/Paris: K.G. Saur Verlag. 1984.

BÖHM, Andrea: Kommunikationswissenschaftliche und kunstgeschichtliche Aspekte in der Werbefotografie. Diplomarbeit, Wien, 1996.

BOHSE, Jörg: Inszenierte Kriegsbegeisterung und ohnmächtiger Friedenswille. Meinungslenkung und Propaganda im Nationalsozialismus. Stuttgart: Metzler Verlag, 1988.

BÖRRIES, Blanke: Vom Bild zum Sinn. Das ikonische Zeichen zwischen Semiotik und analytischer Philosophie. Deutscher Universitäts-Verlag, 2003.

BOVENTER, Hermann: Das Prinzip Verantwortung in der Massenkommunikation. In: Maier Hans: Ethik der Kommunikation Freiburg/Schweiz, 1985. S.63ff.

BRACHER, Karl Dietrich: Stufen totalitärer Gleichschaltung. In: Die nationalsozialistische Machtergreifung. Hrsg. Wolfgang Michalka. Paderborn: Ferdinand Schöningh Verlag, 1984. S.13-29.

BRAUMÜLLER, WILHELM: Österreichische Pressegeschichte 1841-1959. Universitätsverlagsbuchhandlung. Band 1. O.O.1960.

BRAUN, Gerhard: Grundlagen der visuellen Kommunikation. München: Bruckmann Verlag, 1993.

BRAUN, Gerhard: Die Wirkung der Schwerkrafterfahrung auf die Bilddeutung. In: In: Semiotische Studien zur Kommunikation. Band II. Visuelle Kommunikation: Empirische Analysen. Hrsg. Hartmut Espe. Hildesheim/ Zürich/ NY: Georg Olms Verlag, 1983, S. 9-28.

BRAUN, Christina: Antisemitische Stereotype und Sexualphantasien. In: Die Macht der Bilder. Antisemitische Vorurteile und Mythen. Picus Verlag. Wien, 1995. S.180 ff.

BRENDL/GROEBE: Journalistisches Grundwissen. München, 1976.

BRESSLER, Hansjörg: Mediennutzungsforschung und Wirkungsforschung. In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I Berichte und Empfehlungen. Teil II: Dokumentation, Katalog der Studien. Hg. Deutsche Forschungsgemeinschaft. Weinheim. Acta Humaniora, 1987. S. 117ff.

BRODERSEN, Uwe: Gesetze des NS-Staates. Bad Homburg/Berlin/Zürich: Verlag Gehlen, 1968.

BROSZAT, Martin/FREI, Norbert: Das Dritte Reich im Überblick. Chronik, Ereignisse, Zusammenhänge. München/Zürich: Piper Verlag, 1989.

BUCHHEIM, Hans: Anatomie des NS-Staates. Deutscher Taschenbuchverlag GmbH & Co. KG. 5. Auflage. München, 1989.

BURKART, Roland/HÖMBERG, Walter: Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, 1992.

BURKART, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag, 1995.

BUSSEMER, THYMIAN: Propaganda. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008.

BRAUN, Hans-Jürg/HOLZHEY, Helmut/ORTH, Ernst Wolfgang: Über Ernst Cassirers Philosophie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuchverlag, S.1988.

BRUNS, Brigitte: Neuzeitliche Fotografie im Dienste der nationalsozialistischen Ideologie. In: KERBS, Diethart/UKA/WALZ/RICHTER: Die Gleichschaltung der Bilder. Zur Geschichte der Pressefotografie 1930-1936. Berlin: Fröhlich & Kaufmann Verlag, 1983. S. 173ff.

CHARLTON, Michael/ SCHNEIDER, Silvia: Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997.

DFG DEUTSCHE FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I Berichte und Empfehlungen. Teil II: Dokumentation, Katalog der Studien. Hg. Weinheim: Acta Humaniora, 1987.

DFG DEUTSCHE FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT: Medienwirkungen Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Hg. Weinheim: Acta Humaniora, 1992.

DIENER, Georg: Fotografien lesen. Diplomarbeit, Wien, 1992.

DIETZE, Carl: Presse-Illustrations-Photographie. Praktische und geldliche Verwertung 5. Auflage 1928. (1. Auflage 1905), Leipzig: Richard Hahn Verlag, 1928.

DOELKER, Christian: Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag, 1997.

DOELKER, Christian: „Wirklichkeit“ in den Medien. Zürich: Verlag Klett & Balmer GmbH, 1979.

DÖRFLER, Hans Diether: Das fotografische Zeichen. In: Fotografie und Realität. **SCHMITT/TAGSOLD/DÖRFLER/HIRSCH/RABE**, Opladen: Leske+Budrich Verlag, 2000, S. 11ff

DÖRNER, Andreas: Politischer Mythos und symbolische Politik. Her Hermannmythos: Zur Entstehung es nationalen Bewusstseins der Deutschen. Reinbeck bei Hamburg: Rowolth Verlag, 1996.

DOMRÖSE, Ulrich: Leitbilder für Volk und Welt. Nationalsozialismus und Photographie. Image patterns for the people and the world. National Socialism and Photography. Berlin: Museumspädagogischer Dienst Berlin, 1995.

DOMSICH, Johannes: Visualisierung. Ein kulturelles Defizit? Ein Konflikt von Sprache, Bild und Schrift. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag, 1991.

DONABAUER, Claudia: Bildjournalismus. Ein Beruf im Wandel. Diplomarbeit, Salzburg, 1997.

DOVIFAT, Emil: Das Lichtbild und die Bildberichterstattung. In: Zeitungslehre. Zweiter Band. Schriftleitung – Stoffbeschaffung und Bearbeitung Technik und Wirtschaft des Verleges. Berlin: Walter de Gruypter Verlag, 1944. S.84 – 94.

DOVIFAT, Emil: Zeitungslehre I. Erster Band. Theoretische Grundlagen – Nachricht und Meinung Sprache und Form. Berlin/Leipzig: Walter de Gruyter Verlag, 1937.

DOVIFAT, Emil: Zeitungslehre II. Zweiter Band. Schriftleitung – Stoffbeschaffung und Bearbeitung. Technik und Wirtschaft des Betriebes. Berlin/Leipzig: Walter de Gruyter Verlag, 1937.

DUCHKOWITSCH, Wolfgang (Hg.): Mediengeschichte. Forschung und Praxis Festgabe für Marianne Lunzer-Lindhausen zum 65. Geburtstag. Hrsg. von Wolfgang Duchkowitsch. Wien/Köln/Graz: Hermann Böhlau Verlag, 1985.

DUCHKOWITSCH, Wolfgang/HAUSJELL, Fritz/RATHKOLB, Oliver: Die veruntreute Wahrheit. Hitlers Propagandisten in Österreich 38`. Salzburg 1988.

DUCHKOWITSCH, Wolfgang (Hg.): Die österreichische NS-Presse. 1918-1933. Bestandsaufnahme und Dokumentation. Literas Universitätsverlag. Wien, 2001.

DUCHKOWITSCH, Wolfgang (Hg.): Die Spirale des Schweigens. : zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft Münster: Verlag, 2004.

DUSEK/PELNIKER/WEINZIERL: Zeitgeschichte. Österreich von 1918 bis in die achtziger Jahre. Wien: TR-Verlagsunion GmbH, 1981.

DÜRINGER-HUDA, Alexandra: Propaganda im Nationalsozialismus. Eine Literaturstudie unter Berücksichtigung der bildenden Kunst als Propagandamedium. Diplomarbeit, Salzburg, 1996.

ECO, Umberto: Einführung in die Semiotik. München: Wilhelm Fink Verlag GmbH & Co. KG, 1972.

EHMER, Hermann: Visuelle Kommunikation. Beiträge zur Kritik der Bewusstseinsindustrie. Hrsg. Von Hermann Ehmer. Köln: Verlag M. DuMont Schauberg, 1991.

EMMERICH, Francis: Die Rolle der Interessengruppen im Prozeß der demokratischen Meinungsbildung. In: Politische Kommunikation: Grundlagen, Strukturen, Prozesse/ Wolfgang R. Langenbucher (Hg.). Wien: Braumüller Verlag, 1993.S.106ff.

ERICHSEN, Ernst Dr.: Die Zeitung im Unterricht. Bayreuth: Gauverlag Bayrische Ostmark GmbH., 1938.

ESPE, Hartmut: Untersuchungen zum Einfluß von Kamerawinkeln auf die Beurteilung von Portraitfotografien – eine Erkundungsstudie. In: Semiotische Studien zur Kommunikation. Band II. Visuelle Kommunikation: Empirische Analysen.Hrsg. Hartmut Espe. Hildesheim/ Zürich/ NY: Georg Olms Verlag, 1983, S.119-166

FABIAN, Rainer: Die Fotografie als Dokument und Fälschung. München, 1976.

FABIAN, Rainer: Bildwert und Bildaufgabe im öffentlichen Leben. In: Dovifat, Emil: Handbuch der Publizistik. Band 2. Praktische Publizistik. 1. Teil. Berlin, 1969. S.48-55.

FABRIS, Heinz/Luger, Kurt: Medienkultur in Österreich. Band 11. Wien: Böhlau Verlag, 1988.

FAUSTMANN, Uwe Julius: Die Reichskulturkammer. Aufbau, Funktion und rechtliche Grundlagen einer Körperschaft des öffentlichen Rechts im nationalsozialistischen Regime. Dissertation, Universität in Bonn, 1990.

FÄRBER, Renate: Politik und Ästhetik im Nationalsozialismus. Diplomarbeit, Wien, 1994.

FEININGER, Andreas: Das ist Fotografie. Schaffhausen: Verlag Photographie AG., 1995.

FISCHER, Hardi: Entwicklung der visuellen Wahrnehmung. Weinheim: Beltz Verlag, 1995.

FISCHER, Helmut: Hitlers Apparat. Namen, Ämter, Kompetenzen: Eine Strukturanalyse des 3. Reiches. Kiel: Arndt Verlag, 1988.

FISCHER, Kurt: Bildkommunikation: Bedeutung, Technik und Nutzung eines neuen Informationsmediums. Berlin: Springer Verlag, 1987.

FLAMMANN, Klaus: Lernrelevante Aspekte der Visualisation. In: Semiotische Studien zur Kommunikation. Band I. Visuelle Kommunikation und/oder verbale Kommunikation. Hildesheim/Zürich/NY: Georg Olms Verlag, 1983, S. 225-251.

FOCKE, Harald/STROCKA, Monika: Alltag der Gleichschaltung. Wie die Nazis Kirche, Kultur, Justiz und Presse braun färbten. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag, 1995.

FRANK, Hans/KUNTER, Margarete: „Österreich war von Anfang an dabei“. Die Frühzeit der Fotografie von 1839-60. In: Die Geschichte der Fotografie in Österreich. Bad Ischl. 1983.

FREI, Norbert/SCHMITZ, Johannes: FREI, Norbert/SCHMITZ, Johannes: Journalismus im Dritten Reich. München: Verlag H. C. Beck, 1989.

FREUND, Gisèle: Photographie und Gesellschaft. Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag, 1979.

FRIEDRICHS, Jürgen: Methoden der empirischen Sozialforschung. Opladen, 1980.

FREY, Siegfried: Die Macht des Bildes. Der Einfluß der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik. Bern: Huber Verlag, 2000.

FRITZSCHE, Bruno: Das Bild als historische Quelle. S.11-25. In: Vom Bild zum Text. Die Photographiebetrachtung als Quelle sozialwissenschaftlicher Erkenntnis. Herausgegeben von Andreas VOLK, Zürich: Seismo Verlag, 1996.

FRIZOT, Michel / PIERRE,: Neue Geschichte der Fotografie. Köln: Könemann Verlag, 1998.

GAEDE, Werner: Vom Wort zum Bild. Kreative Methoden der Visualisierung. München: Wirtschaftsverlag Langen-Müller, 1992.

GAETRINGEN Hans Georg Hiller von: Das Auge des Dritten Reiches. Hitlers Kameramann und Fotograf Walter Frentz. Berlin: Deutscher Kunstverlag München, 2005

GANDER, ROBERT/ MARKT, MARIA: Bild.strategien. Fotografie zwischen politischem Kalkül und sozialdemokratischem Anspruch. Studienverlag Ges.m.b.H., Innsbruck, 2009.

GIDALEWITSCH, Nahum: Bildbericht und Presse. Ein Beitrag zur Geschichte und Organisation der illustrierten Zeitung. Tübingen: Buchdruckerei H. Laupp, 1956.

GOCHMANN, Claudia: „Künftig knipst du bunt!“ Walter Frentz und die Farbfotografie in Deutschland vor 1945. S.155-178 In: GAETRINGEN Hans Georg Hiller von : Das Auge des Dritten Reiches. Hitlers Kameramann und Fotograf Walter Frentz. Berlin: Deutscher Kunstverlag München, 2005.

GOODRICK-CLARKE, Nicholas: Die okkulten Wurzeln des Nationalsozialismus. Graz-Stuttgart: Leopold Stocker Verlag, 1997.

GOMBRICH, H. Ernst: Bild und Auge. Neue Studien zur Psychologie der bildlichen Darstellung. Stuttgart: Ernst Klett Verlag, 1984.

GOMBRICH, H. Ernst: Die Kunst Bilder zum Sprechen zu bringen. Ein Gespräch mit Didier Eribon. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag, 1993.

GORDESCH, Johannes/SALZWEDEL, Hartmut: Fotografie und Symbol. Frankfurt am Main/Berlin/Bern/New York/Paris/Wien: Lang Verlag, 1993.

GRIMM, Margarete: Massenpsychologie und Propaganda im Dritten Reich. Dissertation, Wien, 1949.

GRITTMANN, Elke: Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie. Herbert von Halem Verlag, 2006.

GRITTMANN, Elke: Fotojournalismus und Ikonographie. Zur Inhaltsanalyse von Pressefotos. In: Wirth, Werner /Lauf, Edmund: Inhlatsanalyse: Perspektiven, Probleme,. Potentiale. Köln: Herbert von Halem Verlag, 1992, S.262 – 279.

GROSZ, Paul: Die Macht der Bilder. In: Die Macht der Bilder. Jüdisches Museum der Stadt Wien: Die Macht der Bilder. Antisemitische Vorurteile und Mythen. Picus Verlag. Wien, 1995.

HABERKORN, Heinz: Anfänge der Fotografie. Entstehungsbedingungen eines neuen Mediums. Reinbek bei Hamburg: o. V., 1981.

HABBO, Koch: Die Tat als Bild. Fotografien des Holocaust in der deutschen Erinnerungskultur. Hamburger Edition HIS Verlagsges.mbH. Hamburg, 2001

HADAMOVSKY, Eugen: Propaganda und nationale Macht. Die Organisation der öffentlichen Meinung für die nationale Politik. Oldenburg: Verlag Gerhard Stalling, 1933.

HAGEMANN, Jürgen: Die Presselenkung im Dritten Reich. Bonn: H. Bouvier u. CO. Verlag, 1970.

HAGEMANN, Walter: Grundzüge der Publizistik. Münster: Regensberg Verlag, 1947.

HAGEMANN, Walter: Publizistik im Dritten Reich. Ein Beitrag zur Methodik der Massenführung. Hansischer Gildeverband. Hamburg, 1948.

HAHN, Manfred/SCHUSTER, Martin: Fortschritte der Kunstpsychologie. Verlag Peter D. Lang GmbH, Frankfurt am Main, 1980.

HALE, Oron: Presse in der Zwangsjacke 1933-1945. Düsseldorf: Droste Verlag, 1965.

HANISCH, Ernst: Nationalsozialistische Herrschaft in der Provinz. Salzburg: Amt d. Salzburger Landesregierung, Landespressebüro, 1983.

HANNAU, Dr. Hans: Aus der Praxis der Pressephotographie. In: Der Lichtbildner: Die Zeitschrift des Photoamateurs. ABZ Druck und Verlagsanstalt. München, Mai bis Dezember Jahrgang 1933.

HANISCH, Ernst: Der lange Schatten des Staates. 1890-1990. Österr. Gesellschaftsgeschichte im 20. Jh. Überreuter Verlag. Wien. O.D.

HARTMANN, Thomas: Transfer-Effekte: Der Einfluß von Fotos auf die Wirksamkeit nachfolgender Texte. Dissertation, Mainz, 1995.

HEDGECOE, John: Einfach fotografieren. London/: Dorling Kindersley Verlag, 2005.

HEIBER, Helmut: Goebbels-Reden. Band 1: 1932-1939. Düsseldorf: Droste Verlag, 1971.

HENNINGES, Heiner: Knaurs Grundkurs Fotografie. München: Knaur Ratgeber Verlag, 2004.

HERZ, Rudolf: Hoffmann & Hitler. Fotografie als Medium des Führer Myrthos. München: Klinkhardt & Biermann Verlagsbuchhandlung GmbH., 1994.

HITLER, Adolf: Mein Kampf. Zentralverlag der NSDAP. München: Franz Eher Verlag, 1938.

HITLER, Adolf: Die Fahne als Symbol. In: Illustrierter Beobachter. 1930. Folge 46. S.305.

HINKEL, Hermann: Zur Funktion des Bildes im deutschen Faschismus. Bildbeispiele – Analysen – didaktische Vorschläge. Anabus Verlag. Steinbach/Gießen und Weimar, 1974.

HINZ/MITTIG/SCHÄCHE/SCHÖNBERGER: Die Dekoration der Gewalt. Kunst und Medien im Faschismus. 1. Aufl. Gießen: Anabus Verlag, 1979.

HINZ, Berthold. Bild und Lichtbild im Medienverbund. In: Die Dekoration der Gewalt. Kunst und Medien im Faschismus. 1. Aufl. Gießen: Anabus Verlag, 1979. S.137-148

HOFFMANN, Heinrich: Hitler wie ich ihn sah. Aufzeichnungen eines Leibfotografen. München/Berlin: Herbig Verlag, 1974.

HOFFMANN, Arnold: Das Foto-ein journalistisches Mittel. Berlin, 1965.

HOLICKI, Sabine: Pressefoto und Presstext im Wirkungsvergleich. eine experimentelle Untersuchung am Beispiel von Politikerdarstellungen / Sabine Holicki. - München: Fischer, 1993.

HOWARTH, Eva: DuMont's Schnellkurs Kunstgeschichte. Malerei vom Mittelalter bis zur Pop-Art. Köln: DuMont Buchverlag Köln, 1990.

HORN, Wolfgang: Strukturprobleme der NSDAP vor der Machtergreifung. In: Die nationalsozialistische Machtergreifung. Hrsg. Wolfgang Michalka. Paderborn: Ferdinand Schöningh Verlag, 1984. S.195-207

HUBER, Hannelore: Der Beruf des Pressefotografen. Zum Berufsbild des österreichischen Pressefotografen an Tages- und Wochenzeitungen. Dissertation, Salzburg, 1987.

HUDAL Dr., Alois: Die Grundlagen des Nationalsozialismus. Eine ideengeschichtliche Untersuchung. Leipzig/ Wien: Johannes Günther Verlag, 1937.

HUBEL, David H.: Auge und Gehirn. Neurobiologie des Sehens. Heidelberg: Spektrum der Wissenschaft Verlag, o.J.

HUBER, ERICH: Visuelle Bildung 1. Körper und Raum. Wien: Österreichischer Bundesverlag für Unterricht, Wissenschaft und Kunst, 1973.

HUBER, ERICH: Visuelle Bildung 2. Bild und Komposition. Wien: Österreichischer Bundesverlag für Unterricht, Wissenschaft und Kunst, 1976.

HUHDORF, Günter: Frühformen der Publizistik. In: Dovifat: Handbuch der Publizistik. Band 2. S.56-64

JÄGER, Jens: Gesellschaft und Photographie. Formen und Funktionen der Photographie 1839-1860. Oplden: Leske und Budrich Verlag, 1996.

JAMIN, Mathilde: Das Ende der „Machtergreifung“: Der 30. Juni 1934 und seine Wahrnehmung in der Bevölkerung. In: Die nationalsozialistische Machtergreifung. Hrsg. Wolfgang Michalka. Paderborn: Ferdinand Schöningh Verlag, 1984. S.207-220

KAINDL, Kurt: Das Faktische und das Imaginäre. Entwicklung der fotografischen Bildkultur in Österreich seit 1945. In: Fabris, Heinz/Luger, Kurt: Medienkultur in Österreich. Band 11. Köln/Graz/Wien: Böhlau Verlag, 1988. S.339ff.

KALTENBRUNNER, Klaus: Weltkrieg der Propagandisten. 1985.

KALTSCHMIED: Das Bild in der Österreichischen Presse. Dissertation, Wien. 1958.

KAEMMERLINGER, Ekkehard: Ikonographie und Ikonologie. Köln: Du Mont Verlag, 1973.

KANDINSKY, Wassily: Punkt und Linie zu Fläche : Beitrag zur Analyse der malerischen Elemente. Bern: Benteli, 1964

KASPER, Josef: Belichtung und Wahrheit. Bildreportagen von der Gartenlaube bis zum Stern. Frankfurt am Main/NY: o. V., 1979.

KERBS, Diethart: Die Epoche der Bildagenturen. Zur Geschichte der Pressefotografie in Berlin von 1900 bis 1933. o.O. O.D.

KERBS, Diethart: Historische Pressefotos im Dienst der nationalsozialistischen Propaganda. In: Fotogeschichte. Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie. Heft 10, Jg. 3. Frankfurt am Main, 1983. S.25-39.

KERBS/UKA/WALZ/RICHTER: Die Gleichschaltung der Bilder. Zur Geschichte der Pressefotografie 1930-1936. Berlin: Fröhlich & Kaufmann Verlag, 1983.

KLAMPER, ELISABETH: Die Macht der Bilder: antisemitische Vorurteile und Mythen; eine Ausstellung des Jüdischen Museums Wien in der Volkshalle des Wiener Rathauses vom 27. April bis 31. Juli 1995 / Jüdisches Museum der Stadt Wien (Hrsg.) [Red.: Elisabeth Klamper] – Wien: Picus-Verlag, 1995.

KLEINSPEHN, Thomas: Der flüchtige Blick. Sehen und Identität in der Kultur der Neuzeit. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag GmbH, 1989.

KLOSS, Hilder: Der erste Bildberichterstatler – ein Verleger. Eine zeitungswissenschaftliche Entdeckung. In: der Zeitschriftenverleger. Heft 4. 1942. S.28-29.

KLÖSS, Erhard: Hitler Adolf. Reden des Führers 1922-1945. Deutscher Taschenbuchverlag & Co.KG. München, 1967.

KLUWE, Vincent: Gestaltung der Fotografie und ihre Bildwirkung. Dissertation. Berlin, 1982.

KNIEPER, Thomas: Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. 1. Aufl. . Köln: Halem Verlag, 2003.

KNIEPER, Thomas/MÜLLER, Marion G.: Kommunikation visuell. Das Bild als Forschungsgegenstand – Grundlagen und Perspektiven. Düsseldorf: Herbert von Halem Verlag, 1992.

KNOCH, Habbo: Die Tat als Bild. Fotografien des Holocaust in der deutschen Erinnerungskultur. Hamburg Editions HIS VerlagsgesmbH: Hamburg, 2001.

KNOLL, Paul: Die Photographie im Dienste der Presse. Halle: Druck und Verlag Wilhelm Knapp, 1913.

KOHLMANN-VIAND, Doris: NS-Pressepolitik im Dritten Reich. Schriftenreihe Kommunikation und Politik. München/NY/London/Paris: Saur Verlag, 1991.

KOLK, Regina: Die Semiotik der visuellen Kommunikation: Theorie und Praxis anhand von innovativen Beispielen der Benetton Werbung. Diplomarbeit, Graz, 1995.

KOSHOFER, Gert/WEDEWARDT, Heinz: Fotopraxis heute, Niedernhausen: Falken Verlag, 2001.

KOSZYK, Kurt: Deutsche Presse 1914-1945. Geschichte der deutschen Presse. Teil III. Berlin: Colloquium Verlag Otto H. 1972.

KOSZYK, Kurt: Das Ende des Rechtsstaates 1933/34 und die deutsche Presse. Düsseldorf. Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft, 1960.

KOSZYK, Kurt/PRYS, Karl Hugo: Handbuch der Massenkommunikation. München: Deutscher Taschenbuchverlag, 1981.

KRAMPEN, Martin: Band 2. Visuelle Kommunikation: empirische Analyse. Reihe: Semiotische Studien zur Kommunikation. Hildesheim/Zürich/New York: Georg Olms Verlag, 1986.

KRAMPEN, Martin: Band I. Visuelle Kommunikation und/oder verbale Kommunikation? Reihe: Semiotische Studien zur Kommunikation. Hildesheim/Zürich/New York: Georg Olms Verlag, 1983.

KRESS, Gunther/LEEUEWEN, Theo: Reading Images. The Grammar of Visual Design. London/New York: Routledge Verlag. 1996.

KROEBER-RIEL, Werner: Wirkung von Werbungs- und Aufklärungskampagnen. (Konsumentenforschung) In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I Berichte und Empfehlungen. Teil II: Dokumentation, Katalog der Studien. Hg. Deutsche Forschungsgemeinschaft. Weinheim: Acta Humaniora, 1987. S. 61

KROEBER-RIEL, Werner: Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung. München: Franz Vahlen Verlag, 1996.

KURZBEIN, Heiner: Politische Bildpropaganda. In: Maiheft: „Unser Wille und Weg“. 1937.

LANKAU, Ralf: Lehrbuch der Mediengestaltung. Grundlagen der Kommunikation und Visualisierung. Heidelberg: dpunkt.verlag GmbH, 2007.

LE BON, Gustav: Psychologie der Massen. Stuttgart: Alfred Körner Verlag, 1939.

LEGEWIE/EHLERS: Knaurs moderne Psychologie. Lebenshilfe Psychologie. Droemersch Verlagsanstalt Th. Knaur Verlag, München. 1992.

LEHMANN, Herbert: Einführung in die Zeitschriftenkunde. Leipzig: Verlag Karl W. Hiersemann. 1936.

LESTER, Paul: Photojournalism. An Ethic Approach. Hillsdale/New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publisher, 1991.

LORENZONI-DOPPLER, Bettina: Goebbels und die NS-Propaganda. Diplomarbeit, Salzburg. 1994.

LIPPMANN, Walter: Die öffentliche Meinung. München: Rütten+Loening Verlag, 1964.

LUDES, Peter: Schlüsselbild-Gewohnheiten. Visuelle Habitualisierungen und visuelle Koordinationen. In: Kommunikation visuell. Knieper / Müller. Köln: Herbert von Halem Verlag, 1992, S.64ff

LURKER, Manfred: Die Botschaft der Symbole. In Mythen, Kulturen und Religionen. München: Kösel Verlag, 1990.

MACIAS, Jose: Die Entwicklung des Bildjournalismus. München/NY/London/Paris: K. G. Saur Verlag, 1990.

MAIER-RABLER, Ursula/RENGER, Rudi/REST, Franz/STOCKINGER Karin: Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Arbeiten. München, 1990.

MALETZKE, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, 1978.

MAYNTZ, Renate/HOLM, Kurt/HÜBNER, Peter: Einführung in die Methoden der empirischen Sozialforschung. 5.Auflage. Westdeutscher Verlag, 1978.

MANGELBERGER, Franz: Die Verwendung der Fotografie in der Zeitung. Dissertation, Salzburg, 1982.

MANTE, Harald: Bildaufbau. Gestaltung der Fotografie. Ravensburg: Otto Maier Verlag, 1969.

MARCHESI, Jost: Handbuch der Fotografie. Geschichte, Chemisch- physikalische und optische Grundlagen. Schaffhausen: Verlag Photographie AG, 1993.

MARTENS, Erika: Zum Beispiel das Reich. Zur Phänomenologie der Presse im totalitären Regime. Verlag Wissenschaft und Politik. Köln: Berend von Nottbeck Verlag, 1972.

MASCHKE, Thomas: Faszination Schwarzweiß-Fotografie, Augsburg: Augustus Verlag, 1999.

MENZ, Gerhard: Die Zeitschrift als Führungsmittel. Herausgegeben: Prof. Dr. Hans Münster, Direktor des Instituts für Zeitungswissenschaft, aus der Reihe: Gestalten und Erscheinungen der politischen Publizistik. Band Nr. 4. Leipzig: Universitätsverlag, 1935.

MERTEN, Klaus: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. 2. Auflage. Westdeutscher Verlag, 1992.

MERTEN, Klaus: Methoden der Wirkungsforschung. In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I Berichte und Empfehlungen. Teil II: Dokumentation, Katalog der Studien. Hg. Deutsche Forschungsgemeinschaft. Weinheim. Acta Humaniora, 1987. S. 101ff.

MERTEN/SCHMIDT/WEISCHENBERG: Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994.

MEYER, Thomas: Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt am Main: Edition Suhrkamp Verlag, 2001

MIKUNDA, Christian: Kino spüren. Strategien der emotionalen Filmgestaltung. Wien: WUV Univ. Verlag, 2002.

MIKUNDA, Christian: Der verbotene Ort oder die inszenierte Verführung. Unwiderstehliches Marketing durch strategische Dramaturgie. Düsseldorf: ECON-Verlag GmbH, 1996.

MÜLLER, Marion G.: Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft mbH, 2003.

MÜLLER, Georg Wilhelm: Das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda. Berlin: Junker Verlag, 1940.

MÜNSTER, Hans: Die Geschichte der deutschen Presse. In ihren Grundzügen dargestellt. Leipzig: Universitätsverlag von Robert Noske, 1941.

MÜNSTER, Hans: Jugend und Zeitung. Berlin, 1932.

MÜNSTER, Hans: Publizistik. Menschen – Mittel – Methoden. Leipzig: Bibliographisches Institut AG., 1939.

MÜNSTER, Hans: Zeitung und Politik. Eine Einführung in die Zeitungswissenschaft. Leipzig: Universitätsverlag von Robert Noske, 1935.

MÜNSTER, Hans: Der Wille zu Überzeugen. Ein germanischer Wesenszug in der Volksführung des neuen Staates. Vom Sinn der deutschen Zeitungswissenschaft (Antrittsvorlesung 17.04.1934). Leipzig: Universitätsverlag von Robert Noske, 1934.

MÜNZENBERG, Willi: Das Bild und der Film in der revolutionären Propaganda. In: Propaganda als Waffe. Ausgewählte Schriften 1919 – 1940. Herausgegeben von Til Schulz. Frankfurt am Main: März Verlag, 1972. S.50ff.

NAHUM, GIDALEWITSCH: Bildbericht und Presse. Ein Beitrag zur Geschichte und Organisation der Illustrierten Zeitungen. Tübingen: Bilddruckerei H. Laup j. Verlag, 1956.

NEUGEBAUER, WOLFGANG: Antisemitismus und Rechtsextremismus nach 1945: alte Stereotype - neue Propagandamuster. In: Die Macht der Bilder. Antisemitische Vorurteile und Mythen. Picus Verlag. Wien, 1995. S.346 ff.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/SCHULZ, Winfried/WILKE, Jürgen: Publizistik. Massenkommunikation. Fischer Taschenbuchverlag. Frankfurt am Main, 1994.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: Zur Forschungsstrategie der Medienwirkungsforschung. In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik

Deutschland. Teil I Berichte und Empfehlungen. Teil II: Dokumentation, Katalog der Studien. Hg. Deutsche Forschungsgemeinschaft. Weinheim: Acta Humaniora, 1987. S. 129ff.

Nöth, Winfried: Handbuch der Semiotik. Stuttgart: Metzler Verlag, 2000.

OHR, Dieter: Nationalsozialistische Propaganda und Weimarer Wahlen. Empirische Analysen zur Wirkung von NSDAP Versammlungen. Westdeutscher Verlag. Opladen, 1997.

PANOFSKY, Erwin: Ikonographie & Ikonologie. 5. Ausgabe. Köln: Du Mont Verlag, 2006

PANOFSKY, Erwin: Ikonographie und Ikonologie, S.207ff, In: KAEMMERLING, Ekkehard: Ikonographie und Ikonologie. Bildende Kunst als Zeichensystem, Köln: Du Mont Verlag, 1973

PANOFSKY, Erwin: Zum Problem der Beschreibung und Inhaltsdeutung von Werken der Bildenden Kunst, S.185ff, In: KAEMMERLING, Ekkehard: Ikonographie und Ikonologie. Bildende Kunst als Zeichensystem, Köln: Du Mont Verlag, 1973

PAUL, Gerhard: Aufstand der Bilder. NS-Propaganda vor 1933. Bonn: J.H.W. Verlag, 1990.

PAUPIE, Kurt: Handbuch der österreichischen Pressegeschichte. 1848-1959. Band 1. Wilhelm Braumüller Universitätsbuchhandlung, 1070. S.32-73

PAWEK, Karl: Das optische Zeitalter. Grundzüge einer neuen Epoche. Olten und Freiburg im Breisgau: Walter-Verlag, 1963.

PELTSCHE, Steffen: Beiträge Jugendliteratur und Medien. Auch Bilder erzählen Geschichten. 8. Beiheft Weinheim: Juventa Verlag, 1997.

PETERS, Christoph: Stilformen der NS-Bildpublizistik. Aufgabe und Einsatz des Bildes innerhalb der Nationalsozialistischen Publizistik. Dissertation, Wien, 1963.

PICHLER, Manfred: Die Photographie als Massenmedium. Zur Funktion und Struktur der Bildsprache. Dissertation, Wien. 1974.

PIERRE, Albert / GILLES, F.: Fotografie und Medien. Die Veränderungen der Illustrierten Presse. In: Neue Geschichte der Fotografie. Köln: Könemann Verlag, 1998. S.360ff

PIPER, Ernst: Ernst Barlach und die nationalsozialistische Kunstpolitik. Eine dokumentarische Darstellung zur entarteten Kunst. R. Piper und Co Verlag. München/Zürich, 1983.

PLASSER, Fritz: Die Rolle der Interessengruppen im Prozeß der demokratischen Meinungsbildung. In: Politische Kommunikation: Grundlagen, Strukturen, Prozesse/Wolfgang R. Langenbucher (Hg.). Wien: Braumüller Verlag, 1993.S.186ff.

PLATZER, Sylvia: Macht und Ohnmacht des Mediums Fotografie in der visuellen Kommunikation. Diplomarbeit, Wien, 2000.

POLLEROS, Friedrich. „Die Erinnerung tut weh!“. Georg Ritter von Schönerer und die Folgen. In: Die Macht der Bilder. Antisemitische Vorurteile und Mythen. Picus Verlag. Wien, 1995. S. 130 ff.

POSNER, Roland/SCHMAUKS, Dagmar: Die Reflektiertheit der Dinge und ihre Darstellung in Bildern. o.O. o.D.

PÖRKSEN, Uwe: Weltmarkt der Bilder. Eine Philosophie der Visiotypie. Stuttgart: Klett-Cotta Verlag, 1997.

PRASE, Tilo: Das gebrauchte Bild. Bausteine einer Semiotik des Fernsehens. Berlin: Vistas Verlag, 1997.

PRESSE-ILLUSTRATIONS-PHOTOGRAPHIE. Praktische und geldliche Verwertung. 5. stark vermehrte Auflage des Fach- und Adressbuches. Leipzig : Fach- und Adressbuches. Verlag Friedrich Hahn., 1928.

PRESSEHANDBUCH. Gesetze, Anordnungen, Erlasse, Bekanntmachungen. Zusammengestellt und erläutert nach den Bedürfnissen der Praxis. Berlin: Verband des Reichsverbandes der deutschen Zeitungsverleger, 1942.

PÜRER, Heinz: Einführung in die Publizistikwissenschaft. 4. überarbeitete Auflage. München: Ölschläger Verlag, 1990.

RAINER, Fabian: Die Kamera als Augenzeuge. Die Fotografie als Dokument und Fälschung. Wien: Buchgemeinschaft Donauland, 1970.

RADIG, Bernd: Verarbeiten und Verstehen von Bildern. München/Wien: Oldenbourg Verlag, 1993.

REICH, Wilhelm: Die Symbolik des Hackenkreuzes. In: Die Massenpsychologie des Faschismus. Kiepenheuer & Witsch Verlag, S.115ff.

REICHEL, Peter: Der Schöne Schein des 3. Reiches. Faszination und Gewalt des Faschismus. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuchverlag, 1993.

RENGER, Rudi/SIEGERT, Gabriele: Kommunikationswelten. Wissenschaftliche Perspektiven zur Medien- und Informationsgesellschaft. In: Beiträge zur Medien und Kommunikationsgesellschaft. Innsbruck/Wien: Studienverlag, o.J.

RHODES, Anthony: Propaganda: Illustrierte Geschichte der Propaganda im 2. Weltkrieg. Hrsg.: Victor Margulin. - Stuttgart: Parkland-Verl., 1993.

ROCK, Irvin: Wahrnehmung. Vom visuellen Reiz zum Sehen und Erkennen. Heidelberg: Spektrum der Wissenschaft. O.J.

ROLAND, Günther: Fotografie als Waffe. Geschichte der sozialdemokratischen Fotografie. Hamburg/Westberlin: VSA Verlag, 1971.

ROLAND, Günther: Zur politischen Ästhetik des Mediums Fotografie. In: Fotografie als Waffe. Geschichte der sozialdemokratischen Fotografie. Hamburg/Westberlin: VSA Verlag, 1971. S.137ff.

ROSENBERG, Alfred: Der Mythos des 20. Jahrhunderts. Eine Wertung der seelisch-geistigen Gestaltenkämpfe unserer Zeit. 35-36. Auflage. München: Hoheneichen-Verlag, 1934.

ROST, Dankwart : Werbung : Ansichten, Aussichten. Bonn : Zentrallausschuß d. Werbewirtschaft, 1987.

RUCKENBAUER, Josefa: Fotografie als historische Quelle unter besonderer Berücksichtigung der Pressefotografie. Diplomarbeit, Wien. 1991.

RUMP, Charles: Ethologische Wurzeln der Bildwahrnehmung. In: Wodurch Bilder wirken. Psychologie de Kunst. Hrg. Martin Schuster. Köln: DuMont Verlag, 1992. S.81-93.

SACHS-HOMBACH, Klaus: Was ist Bildkompetenz? Studien zur Bildwissenschaft. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 2003.

SACHS-HOMBACH, Klaus: Das Bild – Bildwahrnehmung - Bildverarbeitung. Interdisziplinäre Beiträge zur Bildwissenschaft. 2. Auflage. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 2004.

SACHS-HOMBACH, Klaus: Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung. Köln: Herbert von Halem Verlag, 2005.

SACHS-HOMBACH, Klaus: Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2005.

SACHS-HOMBACH, Klaus: Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft. Köln: Herbert von Halem Verlag, 2006.

SACHS-HOMBACH, Klaus: Bildtheorie. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des Visualistic Turn. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2008.

SACHS-HOMBACH, Klaus: Bildgrammatik. Interdisziplinäre Forschungen zur Syntax bildlicher Darstellungsformen. (Hrsg.) Klaus Sachs-Hombach und Klaus Rehkämper. Magdeburg: Verlag Magdeburg GmbH, 1999.

SACHSSE, Rolf: Die Erziehung zum Wegsehen. Fotografie im NS-Staat. Dresden : Philo Fine Arts, 2003.

SACHSSE, Rolf: Bildjournalismus heute. Beruf, Ausbildung, Praxis. München: Ullstein Heyne List GmbH & Co. KG, 2003

SALZWEDEL, Hartmut/SIGGELKOW, Ingeborg: Bild als Symbol. In: GORDESCH, Johannes/ SALZWEDEL, Hartmut: Fotografie und Symbol. Frankfurt am Main/ Berlin/ Bern/ New York/ Paris/ Wien: Lang Verlag, 1993, S.118-126.

SAXER, Ulrich: Die Rolle der Interessengruppen im Prozeß der demokratischen Meinungsbildung. In: Politische Kommunikation: Grundlagen, Strukturen, Prozesse/ Wolfgang R. Langenbucher (Hg.). Wien: Braumüller Verlag, 1993.S.116ff.

SCHELSKE, Andreas: Die kulturelle Bedeutung von Bildern: soziologische und semiotische Überlegungen zur visuellen Kommunikation. Wiesbaden: Dt. Univ. Verlag, 1997.

SCHENK DANZINGER: Entwicklungspsychologie. 22. unveränderte Auflage. Österreichischer Bundesverlag. Wien, 1993.

SCHEUFELE, Bertram: Visuelles Medien-Framing und Framing-Effekte. Zur Analyse visueller Kommunikation aus der Framing-Perspektive. In: Kommunikation visuell. Knieper / Müller. Köln: Herbert von Halem Verlag, 1992, S.144ff

SCHMEER, Karlheinz: Die Regie des öffentlichen Lebens im 3. Reich. München: Verlag Pohl & Co., 1956.

SCHMIDT, Bernd: Die Macht der Bilder. Bildkommunikation – menschliche Fundamentalkommunikation. Aachen: Shaker Verlag, 2002.

SCHMIDT, Fritz: Presse in Fesseln. Eine Schilderung der NS-Presstrust. Berlin: Verlag Archiv und Kartei Verlag, 1947.

SCHMIDT-LEONHARD, Hans/GAST, Peter.: Das Schriftleitergesetz vom 4. Oktober 1933. 3. Auflage. Berlin: Hehmanns Verlag, 1944.

SCHMIDT, Oliver: Märchen, Mythen, Marlboro Man. Die Semiotik des Werbebildes. Ein Analyseversuch nach Roland Barthes und A.J. Greimas. Diplomarbeit, Bremen, 2003

SCHMITT, Julia/TAGSOLD, Christian/DÖRFLER, Hans-Diether/HIRSCH, Volker/RABE, Beate: Fotografie und Realität. Opladen: Leske+Budrich Verlag, 2000.

SCHNABEL, Gerhard: Die Geschichte des Österreichischen Photojournalismus. Vom Durchbruch der Autotypie bis zur Einführung des Fernsehens. Dissertation, Wien, 1983.

SCHNARR, Ulrich: Die Funktion der Fotografie in der Tageszeitung der Gegenwart. Diplomarbeit, Wien, 1989.

SCHNELL, Ruth: Die Bildsprache im Nationalsozialismus am Beispiel der Wochenschau. Dissertation, Wien, 1987.

SCHNITZER, Johannes: Wort und Bild: Die Rezeption semiotisch komplexer Texte. Wien: Braumüller Verlag, 1994.

SCHOLZ, Martin: Gestaltungsregeln der pictorialen Kommunikation. 1999

SCHÖNRICH, Gerhard : Semiotik zur Einführung. Hamburg: Junius-Verlag, 1999.

SCHREIBER, Klaus: Pragmatische Aspekte komplexer "visuell-verbaler" Zeichenkombinationen (Superzeichen) In: Semiotische Studien zur Kommunikation. Band I. Visuelle Kommunikation und/oder verbale Kommunikation. Hildesheim/Zürich/NY: Georg Olms Verlag, 1983, S.285-295.

SCHRUCK-WERSIG, Petra: Expeditionen zum Bild. Beiträge zur Analyse des kulturellen Stellenwerts von Bildern. Frankfurt am Main/Berlin/New York/Paris/Wien: Peter Lang Verlag, 1996.

SCHULTE-STRATHAUS, Ludwig: Das Bild als Waffe. Die französische Bildpropaganda im 2. Weltkrieg. Aus der Schriftenreihe „Zeitung und Leben“. Hrsg. Univ. Prof. Dr. Karl d'Ester, Direktor des Instituts für Zeitungswissenschaft an der Universität München, Band 52. Würzburg: Konrad Triltsch Verlag, 1938.

SCHULZ, Winfried: Medienwirkungen. Einflüsse von Presse Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Untersuchungen im Schwerpunktprogramm „Publizistische Medienwirkung“; Forschungsbericht/ Deutsche Forschungsgemeinschaft. Weinheim: Acta Humaniora, 1992.

SCHULZ, Winfried: Wirkungsmodelle der Medienwirkungsforschung. In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I Berichte und Empfehlungen. Teil II: Dokumentation, Katalog der Studien. Hg. Deutsche Forschungsgemeinschaft. Weinheim. Acta Humaniora, 1987. S. 83ff.

SCHULZ, Winfried: Medienanalyse (Inhaltsanalyse) und Wirkungsforschung. In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I Berichte und Empfehlungen. Teil II: Dokumentation, Katalog der Studien. Hg. Deutsche Forschungsgemeinschaft. Weinheim: Acta Humaniora, 1987. S. 111ff.

SCHULZ, Winfried: Massenmedien und Realität. Die „ptolemäische“ und die „kopernikanische“ Auffassung. In: KAASE/ SCHULZ: Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen 1989 (Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie) S.135-149

SCHULZ, Winfried: Ausblick am Ende des Holzweges. Eine Übersicht über die Ansätze der Wirkungsforschung. In: Publizistik 27, 1982. S.49-73

SCHUSTER, Martin: Nonverbale Kommunikation durch Bilder. Stuttgart: Verlag für Angewandte Psychologie, 1989.

SCHUSTER, Martin/WOSCHEK, Bernhard: Wodurch Bilder wirken. Psychologie der Kunst. Köln: DuMont Verlag, 1992.

SCHUSTER, Martin: Fotopsychologie. Berlin/Heidelberg/NY: Springer-Verlag, 1996.

SCHUSTER, Martin: Bildhafte und verbale Kommunikation. In: Wodurch Bilder wirken. Psychologie de Kunst. Hrg./Woschek, Bernhard/Schuster Martin. Köln: DuMont Verlag, 1992. S.3-23

SCHRIEBER, Karl-Friedrich: Reichskulturkammer. - Berlin : Dünhaupt Verlag, 1934.

SEIDEL, Eugen/SEIDEL-STOLLY, Ingeborg: Sprachwandel im Dritten Reich. Eine kritische Untersuchung faschistischer Einflüsse. 1961.

SEITER, Andrea: Bilder, die zum Volk sprechen. Eine qualitative Analyse der im politischen Wahlkampf Österreichs gebrauchten Werbefotografie. Diplomarbeit, Wien, 1998.

SPITZING, Günther: Fotopsychologie. Die subjektive Seite des Objektivs. Weinheim/Basel. Beltz Verlag, 1985.

STANKOWSKI, Anton/DUSCHEK, Karl: Visuelle Kommunikation. Berlin: Reimer Verlag, 1989.

STEFFAHN, Harald: Hitler. Rowohlt Verlag. Reinbek bei Hamburg. 1983

STEIN, Peter: Die NS-Gaupresse 1925-1933. Forschungsbericht – Quellenkritik – neue Bestandsaufnahme. München/New York/London/Oxford/Paris: K. G. Saur Verlag, 1987.

STEINMAURER, Thomas: Der Reichspressechef im 3. Reich. Diplomarbeit, Salzburg, 1989.

STENGER, Erich: Die Photographie in Kultur und Technik. Ihre Geschichte während 100 Jahren. Leipzig: Seemann Verlag, 1938.

STENGER, Erich: Die Photographie in Kultur und Technik. Ihre Geschichte während 100 Jahren. Leipzig : Seemann Verlag, 1938, S.93ff.

STEPAN, PETER: Fotos, die die Welt bewegen. Das 20. Jahrhundert. München, London, New York: Prestel Verlag, 2000.

STIEFEL, Dieter: Entnazifizierung in Österreich. München/Zürich : Europaverlag, 1981.

STIEFEL, Dieter: Die große Krise in einem kleinen Land. Österreichische Finanz- und Wirtschaftspolitik. 1929-1938. Böhlau Verlag, Wien/Köln/Graz, 1978.

STIEGLER, Bema: Theoriegeschichte der Photographie. Wilhelm Fink Verlag, München. 2006.

STIEWE, Willy: Das Pressephoto als publizistisches Mittel. Leipzig: Röder Verlag, 1936.

STIEWE, Willy: Das Bild als Nachricht. Nachrichtenwert und –technik des Bildes. Berlin: Verlag von Carl Duncker, 1933.

STIEWE, Willy: So sieht uns die Welt. Deutschland im Bild der Auslandspresse. Berlin: Verlag Deutsche Rundschau GmbH., 1933.

STIEWE, Willy: Handbuch der Bildpresse. Halle: Knopp Verlag, 1936.

STÖCKL, Hartmut: Linguistik. Impulse & Tendenzen. Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text, Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, 2004.

STRASSNER, Erich: Wirkung der Formen medialer Darstellungen. In: Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I Berichte und

Empfehlungen. Teil II: Dokumentation, Katalog der Studien. Hg. Deutsche Forschungsgemeinschaft. Weinheim. Acta Humaniora, 1987. S. 71ff.

STURM, Hermann: Der Ästhetische Augenblick. München: Fink Verlag, 1997.

TÄLOS, Emmerich/HANISCH, Ernst/NEUGEBAUER, Wolfgang: NS-Herrschaft in Österreich 1938-1945. O. O.: Verlag für Gesellschaftskritik Ges.m.b.H., 1988.

TAUSK, Petr: Die Geschichte der Fotografie im 20. Jh. – von der Kunstfotografie bis zum Bildjournalismus. Köln: DuMont, 1977.

THEISEN, Manuel Rene: Wissenschaftliches Arbeiten. 6. überarbeitete Aufl. Vahlen München, 1992.

TIPPL, Günther: Nationalsozialistische Propaganda im Spiegel der Presse von 1941-1945. Dargestellt am Beispiel des „Völkischen Beobachters“. Diplomarbeit, Wien, 1988.

TOEPSER-ZIEGERT, Gabriele: NS-Presseanweisungen der Vorkriegszeit. München: Saur Verlag, 1984.

TRÖBINGER, Jürgen: Erfolgreiche Zeitungswissenschaftler unterm Nationalsozialismus. Nachwuchs- und etablierte Wissenschaftler im Dritten Reich. Diplomarbeit Salzburg. Mai 2003.

ULMER, Gertrud: Das Lichtbild in der Münchner Presse. Würzburg: Tritsch Verlag, 1939.

UNGER, Eva-Maria: Die Illustrierte als Mittel zur Kriegsvorbereitung in Deutschland 1933-1939

URBAN, Dagmar: Ästhetische Kriterien nationalsozialistischer Propaganda und deren Parallelen in der heutigen Werbung. Diplomarbeit, Wien, 1996.

URSIG, Gernot/SCHUCK-WERSIG, Petra: Das Potential des Bildes. In: Rundfunk und Fernsehen. 34. Jahrgang. 1/86. S.44-63

UZULIS, André: Nachrichtenagenturen im Nationalsozialismus. Peter Lang GmbH. Europäischer Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main, 1995.

VENUS, Theodor: Der Antisemitismus im österreichischen Pressewesen 1848-1938. Die Macht der Bilder. Antisemitische Vorurteile und Mythen. Picus Verlag. Wien, 1995. S. 130 ff.

VIRILIO, Paul: Das öffentliche Bild. Wabern: Benteli Verlag, 1992.

VOWE, Gerhard: Im Schatten des Leviathan. Das Leitbild des liberalen Staates. In: Kommunikation visuell. Knieper / Müller. Köln: Herbert von Halem Verlag, 1992, S.93ff

WALENDY, Udo: Bild“Dokumente“ für die Geschichtsschreibung? Ohlendorf: Vlotho : Verl. f. Volkstum u. Zeitgeschichtsschreibung, 1973.

WALLER, Klaus: Fotografie und Zeitung. Die alltägliche Manipulation. Zollhaus Verlag, Düsseldorf-Kaiserswerth: Zollhaus Verlag, 1982.

WALLER, Klaus: Klick! Fotografie zwischen Aufklärung und Manipulation. Weinheim 1984.

WATZLAWICK, Paul: Die erfundene Wirklichkeit. Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben? Beiträge zum Konstruktivismus. 7. Auflage. München, Zürich: Piper Verlag, 1985.

WEHLAU, Kurt: Das Lichtbild in der Werbung für Politik, Kultur und Wirtschaft. Seine Geschichtliche Entwicklung und gegenwärtige Bedeutung. Würzburg-Aumühle: Konrad Tritsch Verlag, 1939.

WEISE, Bernd: Pressefotografie als Medium der Propaganda im Presselenkungssystem des Dritten Reichs. In: KERBS, Diethart/UKA/WALZ/RICHTER: Die Gleichschaltung der Bilder. Zur Geschichte der Pressefotografie 1930-1936. Berlin, Fröhlich & Kaufmann Verlag, 1983. S. 141ff.

WELZER, Harald: Die Bilder der Macht und die Ohnmacht der Bilder. Über Besetzung und Auslöschung von Erinnerung. In: Das Gedächtnis der Bilder. Tübingen: Ed. Diskord, 1995. S.165ff.

WIRTH, Werner/ LAUF, Edmund: Inhaltsanalyse: Perspektiven, Probleme, Potentiale. Herbert von Halem Verlag, Köln, 2001.

WOHLFARTH, C.: Theorie des aktuellen Bildes. Dissertation, Berlin, 1937.

WOLF, Herta: Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main, 2002.

ZANKL, Hans Ludwig: Zeitungsbild und Nationalpropaganda. Die Politik der Aufmachung. Herausgegeben: Prof. Dr. Hans Münster, Direktor des Instituts für Zeitungswissenschaft, aus der Reihe: Gestalten und Erscheinungen der politischen Publizistik. Band Nr. 5. Leipzig: Universitätsverlag, 1937.

ZANKL, Hans Ludwig: Die Zukunft der Zeitungswissenschaft. Von der Zeitungskunde zur Publizistik. Die Organisation der Zeitungswissenschaft. Wissenschaft und Praxis. Erlangen: Verlag von Palm und Enke, 1936. (I528 847)

ZIMBARDO: Psychologie. 6. bearbeitete Auflage. Springer Verlag. Berlin/Heidelberg/New York, 1988.

ZURMÜHLE, Martin: Die große Fotoschule: Bildgestaltung für Fortgeschrittene. Düsseldorf: Data Becker GmbH & Co KG, 2001.

VII. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 – Charakterisierung der Bildlichkeit nach Christian Doelker	6
Abbildung 2 – Dreischrittschema von Panofsky	34
Abbildung 3 – Triadische Zeichenrelation nach Peirce	39
Abbildung 4 – Glossematisches Zeichenmodell von Hjelmslev	42
Abbildung 5 – Saussuresches Zeichenmodell nach Nöth	44
Abbildung 6 – <i>Illustrierter Beobachter</i> , 1. Jahrgang, 1. Folge, 1926	64
Abbildung 7 – <i>Illustrierter Beobachter</i> , Nr. 32, 9.8.1930, S. 539	67
Abbildung 8 – siehe Anhang <i>Deutschlandflug</i> , <i>Illustrierter Beobachter</i> , 1932, Folge 16, S.338-339.....	68
Abbildung 9 – Schautafel Bildpressewesen im Anhang	73
Abbildung 10 – Übersicht Presseapparate im Anhang.....	81
Abbildung 11 – <i>Simplicissimus</i> , Nr. 9, 28.5.1923, Wie sieht Hitler aus? (T. Heine).....	111
Abbildung 12 – siehe Anhang Heinrich Hoffmann: Adolf Hitler, 1926/1927 (von NS-Publizistik nicht veröffentlicht) aus HERZ, Rudolf (1994): S. 104 ...	112
Abbildung 13 – siehe Anhang <i>Die Soldaten der Bewegung</i> , <i>Illustrierter Beobachter</i> , Sondernummer 1937, Aus: KERBS/UKA/WALZ-RICHTER (1983): S. 170.....	133
Abbildung 14 – Skizze aus HEDGECOE, John (2005): S. 17	135
Abbildung 15 – Drittelregel / Goldener Schnitt.....	137
Abbildung 16 – Leonardo Da Vinci, <i>Heilige Anna Selbdritt</i> , um 1502, Paris, Louvre aus: HOWARTH, Eva (1994): S. 67	138
Abbildung 17 – siehe Anhang: <i>Die Propagandaschlacht am 13. Mai</i> ,.....	139
Abbildung 18 – siehe Anhang: <i>Ein Freudentag in Ostpreußen</i> : <i>Hitler spricht in Königsberg!</i> ,.....	140

VIII. ANHANG

ANDREA HAIDER-PROBST

geboren am 14. 04. 1970 in Salzburg

verheiratet mit
Kind
Eltern
Geschwister

Lothar Haider
Irma Hazel, 31.01.2009
Helga und Siegfried Probst
Elke und Karin

AUSBILDUNG

1989 -	Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften in Wien
1996 - 1998	Kolleg für Fotografie und visuelle Medien an der Grafischen Lehr- und Versuchsanstalt in Wien
1981 - 1989	Bundesrealgymnasium II in Salzburg
1976 - 1980	Volksschule Lehen

BERUFLICHE TÄTIGKEITEN

Akademie der Wissenschaften - Mitarbeit an Forschungsprojekt "Austrodir 1000"

Kunsthistorisches Museum in Wien - Assistenz im Fotoatelier

seit 1999	als freiberufliche FOTOGRAFIN tätig
2001 - 2003	Print Zeitungsverlag GesmbH - Producerin
2003 - 2005	Selbstständig im Bereich Grafikdesign und Fotografie
2005 - 2006	Firma SRW Werbeunternehmen GmbH - Leitung der Grafikabteilung
2006 - 2007	Firma Timecom - Bereich Marketing und Vertrieb
2007 -	Gründung der Firma BFIT-Beratung für IT - Im Bereich Sales+Marketing tätig