

Authentizität als Prämisse?

Moralisch legitimierte Handeln in der Pressefotografie.

Von Alexander Godulla

Abstract Mehr denn je ist Fotografie zu einem Massenphänomen geworden: Im Kampf um Aufmerksamkeit und Exklusivität konkurrieren professionelle Fotograf_innen mit Amateuren. Normative Aspekte der Pressefotografie müssen deshalb im Interesse eines funktionalen Einsatzes des Mediums reflektiert werden. Dieser Beitrag greift zwei Aspekte aus dieser Diskussion heraus. Der Umgang mit Konflikten und Katastrophen wird insbesondere vor dem Hintergrund der Ästhetisierung des fotografischen Bildes beleuchtet. Postulate wie Objektivität und Authentizität werden dabei als Handlungsprämissen herausgegriffen. Außerdem werden die Optionen der modernen Bildbearbeitung thematisiert, deren Einfluss auf die Wahrhaftigkeit der Fotografie aus wissenschaftlicher Sicht diskutiert wird.

Im Jahr 2013 ließ der südkoreanische Elektronikkonzern „Samsung“ erheben, wie viele Fotos monatlich in Deutschland geschossen werden. Der aus den Antworten von 3000 Hobbyfotografen ermittelte Wert liegt bei drei Milliarden. Elf Prozent dieser Bilderflut geraten binnen 60 Sekunden ins Internet, um über soziale Netzwerke die Reise um den Globus anzutreten (vgl. Samsung Electronics 2014). Mit anderen Worten: Fotografie ist ein Massenphänomen. Wer sich den Produkten von Amateuren und Semiprofis auf Onlineplattformen wie „500px“, „Flickr“ oder „dpreview challenges“ zuwendet, kann dabei kaum noch einen Qualitätsunterschied zwischen den Aufnahmen hauptberuflicher Profis und konkurrierender Laien ausmachen. Der daraus resultierende Konkurrenzdruck auf den im redaktionellen Kontext tätigen Fotografen ist damit größer denn je geworden. Der Kampf um Aufmerksamkeit und Exklusivität eröffnet nur noch selten die Gelegenheit, über normative Aspekte der Pressefotografie zu reflektieren.

*Dr. Alexander Godulla
ist Akademischer
Oberrat am Lehrstuhl
für Kommunikationswissenschaft der
Universität Passau.
Dort lehrt und forscht
er unter anderem im
Bereich der Theorie und
Praxis journalistischer
Fotografie sowie der
Etablierung neuer
Darstellungsformen.*

In diesem Beitrag sollen zwei Themenkomplexe herausgegriffen werden, die besondere Anforderungen an die moralische Legitimation der Pressefotografie stellen. Der erste Diskussionsaspekt bezieht sich auf den Umgang der Pressefotografie mit Krisensituationen und erläutert den Maßstab der Authentizität, der auch im digitalen Zeitalter grundlegend für die Legitimation journalistischer Fotografie geblieben ist. In diesem Kontext wird Pressefotografie als größeres System verstanden, in das neben dem Urheber von Bildern auch die Distributionskanäle sowie das Publikum als moralisch herausgeforderte Instanzen zu inkludieren sind. Im zweiten Diskussionsaspekt werden neue Techniken der Bildbearbeitung als Innovationsfeld thematisiert, um auf diese Weise zu zeigen, dass Handlungslegitimationen stets neu verortet werden müssen, um in einem sich rasch wandelnden Produktionsumfeld ihre Gültigkeit zu wahren.

Konflikte, Katastrophen und Ästhetisierung

Nur ein Bruchteil der professionell tätigen Pressefotograf_innen berichtet temporär oder gar permanent im Kontext von Konflikten oder Katastrophen. Dennoch steht dieses Themenfeld der visuellen Kommunikation in der Öffentlichkeit unter besonderer Beobachtung: Insbesondere der Kriegsfotograf erlangt über seine Bilder eine Prominenz, die ihn als Individuum hinter seiner Arbeit hervortreten lässt (vgl. Howe 2002). Die Konfrontation mit dem Voranschreiten und den Folgen exzessiver Gewalt oder weitreichender Katastrophen übt bis heute auf professionelle Bildberichterstatte_r_innen eine große Anziehungskraft aus, da hier der Amateur mangels Ressourcen und Routine kaum konkurrieren kann. Allenfalls in der Reaktionsgeschwindigkeit auf plötzliche Krisen macht sich die zunehmende Verbreitung bildfähiger mobiler Endgeräte wie Smartphones zusehends bemerkbar: So veröffentlichte der US-Unternehmer Janis Krums im Jahr 2009 eines der ersten Fotos eines soeben im Hudson notgewasserten Airbus (vgl. Diehl 2009). Kein Pressefotograf hätte mangels Präsenz mit diesem Tempo konkurrieren können.

Dieses vereinzelt immer wieder reproduzierbare Ereignismuster kann jedoch nicht darüber hinweg täuschen, dass professionelle Fotograf_innen bei der umfänglichen Begleitung einer Krise bis heute die prägendsten und damit retrospektiv einflussreichsten Bilder generieren. An dieser Stelle setzt jedoch auch ein wesentlicher Vorbehalt ein, der in den kommunikativen Machtverhältnissen der Pressefotografie wurzelt. Dort lässt sich bis in die Gegenwart beobachten, dass Fotograf_innen aus hoch-

entwickelten Ländern (insbesondere Europa und Nordamerika) maßgeblichen Einfluss darauf ausüben, wie der Rest der Welt dargestellt wird. Wenn sich Ereignisse von globalem Interesse in gering entwickelten Ländern vollziehen, stammen die Bilder dazu häufig von Fotografen aus Industrieländern. Da in diesem Fall das Interesse häufig durch Krisenthemen generiert wird, ist die Chance zur Partizipation an der Kriegs- und Katastrophenberichterstattung ganz wesentlich an die Wirtschaftskraft des heimischen Mediensystems geknüpft (vgl. Godulla 2013).

Die vielfach geäußerte Hoffnung, dass der Typus eines „vor Ort agierenden, aber global verkaufenden Fotografen“ (Grittmann et al. 2008, S. 27) entstünde, hat sich damit bisher zumindest im Bereich der weltweit rezipierten Fotografie nicht befriedigend eingelöst. Offenbar ist neben dem Professionalisierungsgrad auch der privilegierte Zugang zur Infrastruktur einer global agierenden Bildagentur ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Der journalistische Fotograf ist damit vor die Herausforderung gestellt, bei der Auslandsberichterstattung ein befriedigendes Ausmaß an Kenntnissen der kulturellen Eigenheiten eines Landes zu berücksichtigen, um nicht nur die in seinem eigenen Bedeutungskontext wirksamen Bildstereotypen zu reproduzieren.

Auf diese Weise kann der Widerspruch letztlich aufgelöst werden, dass auch ein hochgradig subjektives Medium wie die Fotografie im Kontext der Informationsvermittlung an das Objektivitätspostulat gebunden ist. Für eine moralische Legitimation ist es daher auch hier unausweichlich, „absichtliche oder unabsichtliche Fehlberichterstattung, ereignisverzerrende Auslassungen und subjektiv verzerrende Deutungen oder Interpretationen“ (Bentele 2012, S. 246) zu unterlassen oder zumindest durch erläuternde Texte kenntlich zu machen. Doch dem Medium haftet weiter etwas Subjektives und Interpretatives an, da im Prozess des Fotografierens optisch wahrnehmbare Phänomene in eine kognitiv sinnvolle Struktur transformiert werden müssen. Dies geht einher mit der Pointierung einzelner Bildelemente zu Ungunsten anderer, wodurch zwar Prägnanz entsteht, aber auch Selektivität. Wie Grittmann und Ammann zeigen, rückt daher ein weiterer Maßstab ins Blickfeld: „Der Anspruch auf Authentizität, insbesondere von Nachrichtenbildern, zählt zu einer der zentralen Berufsnormen journalistischer Fotografie“ (Grittmann/Ammann 2008, S. 305).

Doch selbst wenn der Pressefotograf dieser Prämisse gerecht wird, ist insbesondere die Visualität des durch ihn generierten Bilds ständiger Gegenstand von Kritik. Diese setzt immer dann

ein, wenn Krisenfotos (etwa die Darstellung von Kampfhandlungen oder die Porträtierung von Katastrophenopfern) einen kompositorischen Standard erreichen, der als ästhetisch und damit wirklichkeitsverzerrend oder gar affirmativ empfunden wird (vgl. Godulla 2009, S. 86ff). Insbesondere im Kontext des jedes Jahr aufs Neue in Amsterdam gewählten „World Press Photo of the Year“ flammt diese Diskussion geradezu reflexartig auf, da hier ein maximaler Nachrichtenwert mit einem Höchstmaß technischer und kompositorischer Qualität kombiniert wird.

Tatsächlich nimmt diese Kritik Bezug auf ein Unbehagen, das Susan Sontag schon 1977 in ihrem einflussreichen Essay „Über Fotografie“ nachwies. Dort schreibt sie, dass Menschen grundsätzlich nur zur Kamera griffen, um etwas Schönes festzuhalten: „Niemand ruft: ‚Wie häßlich! Das muss ich fotografieren!‘“ (Sontag 2004, S. 84). Im Kern wird diese laienhafte Betrachtung des Mediums zumindest teilweise sichtbar, wenn Fotos wegen ihrer ästhetischen Qualität zur Disposition gestellt werden. Eine eingängige und rasch zu rezipierende Komposition kann jedoch auch als Ausdruck eines funktionalen Berufsstandards gewertet werden, da dies der Aufmerksamkeitsökonomie des Rezipienten entgegenkommt und damit die Chance der Wahrnehmbarkeit steigert.

Vor diesem Hintergrund darf die moralische Legitimation von Pressefotografie nicht ausschließlich mit der Betrachtung des ersten Kettenglieds – also der bildberichterstattenden Person – gelöst werden. Seine Arbeit ist eingebunden in eine funktional hochgradig differenzierte Struktur von Imagebrokern und Bildagenturen (Produktion und Vertrieb), die über Zwischenschritte wie das Portal oder den Bildsuchservice in der digitalen Verwertungskette zum Endkunden führen (vgl. Glückler 2005, S. 115). An all diesen Stellen ist relevant, in welchem Ausmaß der Authentizitätsanspruch des Fotos berücksichtigt und nicht beispielsweise durch falsche Schlagworte oder reißerische Bildunterschriften unterlaufen wird. Hinzu kommt das Konzept der Publikumsethik, das die Öffentlichkeit in der moralischen Pflicht sieht, fragwürdigen Kommunikationsanreizen die Aufmerksamkeit und damit auch die Perspektiven am Markt zu verweigern (vgl. Christians 1989, S. 258). Unabhängig von der tatsächlichen Plausibilität dieses Ansatzes macht er zumindest sichtbar, dass moralische Legitimation am Ende nur durch das Zusammenspiel aller Kommunikationsstationen möglich ist.

Moralische Legitimation gelingt nur durch Zusammenspiel aller Kommunikationsstationen – vom Fotografen über die Agentur bis zum Publikum.

Die Optimierung des digitalen Bildes

Lange vor der Erfindung der analogen bzw. digitalen Fotografie war der Mensch in der Lage, mit Hilfe der sogenannten Camera obscura ein flüchtiges Bild in einen geschlossenen Raum zu projizieren. Als in Gestalt der Daguerreotypie 1839 ein praktikables Verfahren zur Konservierung dieses Abbilds aufkam, war rasch vom „Spiegel mit Gedächtnis“ die Rede (Newhall 1998, S. 27). Bis heute ist die implizit damit verknüpfte Erwartungshaltung verblieben, dass die Fotografie als mimetisches Medium Dinge reflektiert, die sich im Augenblick der Aufnahme tatsächlich in ihrem Sichtfeld befanden. Auch die Pressefotografie sieht sich mit diesem grundsätzlich legitimen Anspruch konfrontiert, da die bereits erwähnte Prämisse der Authentizität das Versprechen einer Wahrhaftigkeit der Aufnahme mit einschließt.

Im scheinbaren Widerspruch dazu steht die Tatsache, dass Bilder im fotografischen Prozess grundsätzlich optimiert werden. Unter dem Schlagwort „schöpferisches Vergrößern“ (Feininger 2001, S. 218) darf dieser Prozess in der Pressefotografie seit jeher als etabliert angesehen werden. Im manuellen Entwicklungsvorgang wurden auf diese Weise Belichtungs- oder Kontrastkorrekturen möglich, die eine im Foto bereits angelegte Ästhetik im Interesse einer effektiven Kommunikationsleistung unterstützten. Die Legitimation dieser Techniken endet jedoch dort, wo die Optimierung zur Manipulation gerät, die das Foto sukzessive in eine Fiktion verwandelt. Hier hat sich im Lauf der Zeit der Konsens herausgebildet, dass das Hinzufügen und Entfernen von Personen bzw. Objekten, der Zusammenbau neuer Fotos aus bereits vorhandenen Materialien sowie weitere Modifikationen des Inhalts das Bild als Pressefoto disqualifizieren (vgl. Büllesbach 2008, S. 113ff).

Als eine Art einheitlicher (gleichwohl keinesfalls normativ sinnvoll herleitbarer) Standard hat sich daher etabliert, auch im digitalen Zeitalter jene Techniken als adäquat anzusehen, die in der analogen Welt in der sogenannten Dunkelkammer zur Verbesserung des Positivs praktiziert wurden. „Zur Bewahrung der Glaubwürdigkeit des journalistischen Fotos, so die Logik, schreibt man das Bewährte fest“ (Büllesbach 2008, S. 114).

Aus wenigstens zwei Gründen ist diese Herangehensweise jedoch in Zweifel zu ziehen. Zum einen ist vielen Bildschaffenden der Gegenwart die Dunkelkammer allenfalls als abstrakte Durchgangsstation der Fotografiegeschichte vertraut, so dass die logisch nicht herleitbare Differenzierung in manipuliert vs. nicht manipuliert kaum noch intuitiv geleistet werden kann. Zum an-

deren sind die derzeit vorhandenen Maßstäbe das Resultat eines iterativen Prozesses, der der Pressefotografie schrittweise neue Kommunikationspotenziale erschlossen hat. Da die Möglichkeiten der digitalen Bildtransformation rasant voranschreiten, wird ein Fehlschluss von Sein auf Sollen jedoch auf Dauer nicht haltbar sein. Im philosophischen Sinn könnte man von einem naturalistischen Fehlschluss sprechen (vgl. dazu detailliert Moore 1988), der Handlungsoptionen auf Kosten jeder Innovationsfähigkeit ausschließlich von eingeführten Praktiken ableitet.

Ein Beispiel illustriert den blinden Fleck dieser Handlungsprämisse: So ist es theoretisch legitim, ein extrem stark verzeichnendes Weitwinkelobjektiv zu verwenden (ein sogenanntes Fischaugenobjektiv), das den Bildraum vollkommen deformiert und gekrümmte Linienverläufe konstruiert, die in dieser Form überhaupt nicht existieren. Den gleichen Effekt mit Hilfe eines digitalen Filters im Nachhinein zu applizieren, gilt hingegen als manipulativ. Eine solch technikdeterministische Perspektive stellt Bildschaffende vor große moralische Herausforderungen, da die dahinter stehende Logik genau genommen willkürlich ist.

Die Implikationen dieser Problematik offenbarten sich beispielsweise im Jahr 2013, als sich beim „World Press Photo Awards“ eine Aufnahme des Schweden Paul Hansen als Gesamtsieger durchsetzte. Das Foto zeigt eine aufgebrachte Menschenmenge in Gaza-Stadt, die durch einen israelischen Raketenangriff getötete Kinder durch die Straßen zur Moschee trägt, wo sie gemeinsam mit ihrem Vater beigesetzt werden sollen. Kritiker monierten umgehend, dass das Foto „von nahezu unnatürlicher Perfektion“ sei (Katzenberger 2013). Wie das US-Techblog „ExtremeTech“ nachwies, wurde die hyperrealistisch anmutende Ausleuchtung der Gesichter ausschließlich über digitale Bildbearbeitungstechniken realisiert (vgl. Anthony 2013). Hätte Hansen ein ähnliches Resultat mit einer (zugegebenermaßen schwer realisierbaren) Blitzkonstruktion erzielt, wäre es zu keiner vergleichbaren Diskussion gekommen. Paradoxaerweise ist für diese Bewertung der Umstand vollkommen irrelevant, dass auch der Einsatz eines Blitzgeräts visuelle Artefakte produziert, die erst durch das Stattfinden einer Bildberichterstattung generiert werden.

Langfristig ist neben der Pressefotografie daher auch die Kommunikationswissenschaft herausgefordert, durch kritische Reflektion der Handlungspraktiken neue Impulse für die Bewer-

Die Verwendung eines Fischaugenobjektivs gilt als legitim. Wird diese Bildverzerrung durch digitale Bearbeitung erzeugt, gilt es als manipulativ.

tung sich etablierender Bearbeitungsoptionen im Bildjournalismus anzubieten. Analogieschlüsse zum Textjournalismus könnten sich hier als ertragsversprechend erweisen, wo direkte Zitate trotz ihrer Authentizität geglättet werden, indem Grammatikfehler und falsch ausgesprochene Worte mit der offenkundig intendierten Aussage harmonisiert werden (vgl. Büllesbach 2008, S. 115). Auf diese Weise sollten sich neue Standards etablieren lassen, die dem Medium Fotografie eine Evolution seiner Kommunikationsmittel gestattet, die nicht mit einer Täuschung des Publikums einhergeht. Ohnehin zeichnet sich bereits ab, dass im professionellen Fotojournalismus eine exzessive Bearbeitung des Bildes nicht erkennbar an Boden gewinnt. Hier entsteht ein zentrales Distinktionsmerkmal zur Amateurfotografie mit kompakten Digitalkameras und Smartphones, wo Restrukturierungen der visuellen Konfiguration ausdrücklich erwünscht sind und in großem Umfang zu Tage treten (Mobile Photography Awards 2014).

Resümee

Es ist deutlich geworden, dass die moralische Legitimation der Pressefotografie maßgeblich von der Erfüllung eines in Vergangenheit wie Gegenwart bestehenden Authentizitätsanspruchs abhängt. Dies verschließt dem Medium jedoch nicht die Perspektive, seine spezifischen Kommunikationspotenziale unabhängig von den Erwartungen des Publikums weiterzuentwickeln. So sind Pointierungen in Komposition und Bildsprache analog zu subjektiven Darstellungsformen im Journalismus zu begreifen (etwa der Reportage), die trotz der erkennbaren Rekonstruktion der Wirklichkeit durch das kognitive System des Berichter-

stattenden einen Wahrhaftigkeitsanspruch vertreten. Im Interesse der Innovationsfähigkeit moderner Pressefotografie ist dieser Anspruch insbesondere mit den neuen Potenzialen der digitalen Bildoptimierung in Einklang zu bringen, deren Vertretbarkeit

Es gilt die Etablierung eines moralisch vertretbaren Bezugsrahmens wissenschaftlich zu begleiten, um die Entwicklung journalistischer Fotografie transparent zu machen.

derzeit Gegenstand steter Diskussionen und öffentlicher Diskurse ist. Hier ist auch die Kommunikationswissenschaft herausgefordert, die Etablierung eines moralisch vertretbaren Bezugsrahmens wissenschaftlich zu begleiten, um den Stand der Entwicklung journalistischer Fotografie transparent zu machen. So bieten sich beispielsweise großangelegte Input-Output-Analysen an, um den Weg des Bildes von der Aufnahme bis zur Rezeption zu rekonstruieren, was die Beurteilung moralischer

Verantwortlichkeiten im Selektions- und Optimierungsprozess erleichtern würde. Auch repräsentative Publikumsbefragungen stehen letztlich noch aus, auf deren Basis die Akzeptanz von digitalen Bildbearbeitungstechniken aus Rezipientensicht transparent gemacht werden könnte.

Literatur

- Anthony, Sebastian (2013): *Was the 2013 World Press Photo of the Year faked with Photoshop, or merely manipulated?* <http://www.extremetech.com/extreme/155617-how-the-2013-world-press-photo-of-the-year-was-faked-with-photoshop> (zuletzt aufgerufen am 24.2.2014).
- Bentele, Günter (2012): *Objektivität*. In: Bentele, Günter/ Brosius, Hans-Bernd/ Jarren, Otfried (Hg.): *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden, S. 246-247.
- Büllesbach, Alfred (2008): *Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus*. In: Grittmann, Elke / Neverla, Irene/ Ammann, Ilona (Hg.): *Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute*. Köln, S. 108-136.
- Christians, Clifford G. (1989): *Gibt es eine Verantwortung des Publikums?* In: Wunden, Wolfgang (Hg.): *Medien zwischen Markt und Moral. Beiträge zur Medienethik*. Stuttgart, S. 255-266.
- Diehl, Jörg (2009): *Airbus Notwasserung. Der kurze Ruhm des Janis Krums*. In: *Spiegel Online* vom 17.1. <http://www.spiegel.de/panorama/airbus-notwasserung-der-kurze-ruhm-des-janis-krums-a-601867.html> (zuletzt aufgerufen am 24.2.2014).
- Feininger, Andreas (2001): *Große Fotolehre. Aus dem Amerikanischen von Heinrich Freytag, Thomas M. Höpfner, Gerhard Juckoff und Walther Schwerdtfeger*. München.
- Glückler, Johannes (2005): *Digitalisierung und das Paradox informativischer Reichweite in der Agenturfotografie*. In: *Geographische Zeitschrift*, 93. Jg., H. 2, S. 100-120.
- Godulla, Alexander (2009): *Fokus World Press Photo. Eine Längsschnittanalyse „ausgezeichneter“ Pressefotografie von 1955 bis 2006*. Saarbrücken.
- Godulla, Alexander (2013): *Pluralization through digitalization? Contemporary changes in the development of transnational crisis photography*. In: IAMCR (Hg.): *Crises, 'Creative Destruction' and the Global Power and Communication Orders*. Montevideo, S. 1-15.
- Grittmann, Elke/ Ammann, Ilona (2008): *Ikonen der Kriegs- und Krisenfotografie*. In: Grittmann, Elke / Neverla, Irene/ Ammann, Ilona (Hg.): *Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute*. Köln, S. 296-325.
- Grittmann, Elke/ Neverla, Irene/ Ammann, Ilona (2008): *Global, lokal, digital. Strukturen und Tendenzen im Fotojournalismus*. In: Grittmann,

- Elke/Neverla, Irene/ Ammann, Ilona (Hg.): *Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute*. Köln, S. 8-35.
- Howe, Peter (2002): *Shooting under Fire. The World of the War Photographer*. New York.
- Katzenberger, Paul (2013): Zu viel Licht. Streit über World Press Photo 2013. In: *Sueddeutsche.de* vom 14.5. <http://www.sueddeutsche.de/medien/streit-ueber-world-press-photo-zu-viel-licht-1.1672199> (zuletzt aufgerufen am 24.2.2014).
- Mobile Photography Awards (2014): *The world's largest competition and touring exhibit for mobile photography & art*. <http://mobilephotoawards.com/> (zuletzt aufgerufen am 24.2.2014).
- Moore, George Edward (1988): *Principia ethica*. Buffalo.
- Newhall, Beaumont (^c1998): *Geschichte der Photographie*. Aus dem Amerikanischen von Reinhard Kaiser. München.
- Samsung Electronics (2014): *Deutsche stellen täglich 20 Mio. Fotos ins Netz. Aktuelle Samsung-Studie nimmt Fotoleidenschaft der Deutschen unter die Lupe*. http://de.samsung.com/webdownloads/pressedownloads/Samsung_Presseinformation_Fotografieverhalten_Deutschland.pdf, zuletzt aktualisiert am 20.06.2013 (zuletzt aufgerufen am 24.2.2014).
- Sontag, Susan (¹⁶2004): *Über Fotografie*. Aus dem Amerikanischen von Mark W. Rien und Gertrud Baruch. Frankfurt am Main.