

Sebastian Gerth

**Auf der Suche nach Visueller
Wahrheit.
Authentizitätszuschreibung und das
Potenzial der
Wirklichkeitsabbildung durch
Pressefotografien im Zeitalter
digitaler Medien**

Abstract

This essay uses examples of digital press photographs to discuss the conditions under which an image can be classified as visually true. While image authenticity is understood as a subjective attribution of credibility to a photograph, the visual truth refers to an objective nature. The analysis concludes that the evaluation of authenticity and truth of photographs must take different forms of manipulation before and during recording, as well as subsequent image processing, into account. Lastly, it is demonstrated that visual truth is unreachable.

Anhand von Beispielen digitaler Pressefotografien wird in diesem Essay vornehmlich diskutiert, unter welchen Voraussetzungen ein Bild als visuell wahr klassifiziert werden kann. Während Bildauthentizität als subjektive Zuschreibung von Glaubwürdigkeit zu einer Fotografie verstanden wird, ist die Visuelle Wahrheit objektiver Natur. Als Ergebnis der begrifflichen Erörterung lässt sich festhalten, dass bei der Authentizitäts- und Wahrheitsbeurteilung von

Fotografien unterschiedliche Manipulationsformen sowohl vor bzw. während der Aufnahme, als auch bei der nachträglichen Bildbearbeitung abzuwägen sind und Visuelle Wahrheit schlussendlich nicht erreichbar ist.

1. Einleitung

»Der Authentizitätsanspruch dokumentarischer Medialisierungen, der bis weit in das zwanzigste Jahrhundert hinein untrennbar mit den substanziellen Eigenschaften der analogen Bildmedien wie Fotografie (...) verbunden war, ist mittlerweile weithin diskreditiert; für Medien digitaler Technik scheint er sogar ganz obsolet.« (WORTMANN 2003: Klappentext)

Zu Beginn des 19. Jahrhunderts begannen allmählich die technischen Mittel zu reifen, die eine unmittelbare Darstellung der ›Wirklichkeit‹ zulassen sollten: Bereits im Jahre 1816 gelang es Joseph Nicéphore Niépce mittels der Heliografie die erste – bis heute erhaltene – Fotografie anzufertigen. Weiterentwicklungen u.a. von Louis Jacques Mandé Daguerre und William Henry Fox Talbot führten 1839 zur ›offiziellen‹ Erfindung der Fotografie, als diese vor ausgewählten, internationalen Größen der Wissenschaft an der Académie des Sciences in Paris vorgestellt wurde. Unter den geladenen Gästen befand sich auch der deutsche Gelehrte und Naturforscher Alexander von Humboldt. Nach seinem Aufenthalt in der französischen Hauptstadt beschrieb er das neue Medium begeistert in einem Brief an die Herzogin Friederike von Anhalt-Dessau:

Gegenstände, die sich selbst in unnachahmlicher Treue malen; Licht, gezwungen durch chemische Kunst, in wenigen Minuten, bleibende Spuren zu hinterlassen, die Contouren bis auf die zartesten Teile scharf zu umgrenzen (in PLUMPE 1990: 9).

Diese innovative Technik schien alle Schwächen der Malerei bei der Herstellung realitätsnaher Abbildungen – sofern diese wie z.B. im Realismus oder bei damals üblichen Herrscherportraits beabsichtigt war – überwinden zu können. Trotzdem es heute unumstritten ist, dass Fotografien auch einen Kunstcharakter annehmen können (vgl. NEUSÜSS 1979; PLUMPE 1990; SCHUSTER 1996), war es v.a. die dokumentarische Fotografie, die von der Möglichkeit profitierte, dass sich mit Hilfe der Kamera und anschließenden chemischen Entwicklungsverfahren die Möglichkeit ergab, die Realität auch ohne künstlerisches Talent wiederzugeben. Mit stetig optimierter Technik verbesserte sich die Qualität der fotografischen Bilder und es konnte immer besser der Anschein erweckt werden, dass die betrachtete Fotografie die perfekte und v.a. eindeutige optische Reproduktion der Wirklichkeit ist. Gerade von Fotografien mit dokumentarischem Charakter wurde und wird dies sogar erwartet. Seit der Etablierung der digitalen Technik sind für die Erstellung fotorealistic wirkender Bilder nicht einmal mehr reale Motive Voraussetzung. Wie glaubhaft

sind Fotografien in unserem digitalen Zeitalter also noch? Wie sicher können sich Rezipienten sein, dass in unserer digitalen Welt tatsächlich die Wahrheit dargestellt wird? Sind Bilder überhaupt in der Lage, Realität abzubilden? Diese Fragen werden wegweisend bei der folgenden Suche nach Visueller Wahrheit sein.

2. Was ist ein (digitales) Bild?

Gehen wir an diese Frage zunächst definitorisch heran: Bilder sind ein wesentlicher Bestandteil Visueller Kommunikation, die ihrerseits eine nonverbale ›Sprache‹ visueller Wahrnehmung und visuellen Ausdrucks ist. Sie sind von Menschen hergestellt und damit als materialisierte, zweidimensionale visuelle Repräsentation von Bedeutungsinhalten an ein Trägermedium gebunden und von dessen Eigenschaften abhängig (vgl. DOELKER 1997; GEISE 2011: 55ff.; KNIEPER 2003: 195f.). Sobald Bilder zur Nachrichtenvermittlung massenmedial verbreitet werden, handelt es sich um journalistisch kommunizierte Pressefotografien (vgl. GERTH 2012: 286ff.). Auf diese Bildgattung werden wir uns im Folgenden konzentrieren.¹

Vor dem Hintergrund unserer technisierten Welt ist es einleuchtend, dass analoge Bilder die visuelle Kommunikationsform der Vergangenheit sind und digitalen Bildern bereits die Gegenwart, v.a. aber die Zukunft gehört. Zwar entstehen Fotografien, egal ob analog oder digital, durch das Zusammenwirken von optischen und physikalisch-technischen Vorgängen. Der zentrale Unterschied besteht jedoch darin, dass ein digitales Bild nicht mehr materiell als chemische Reaktion auf einem Film, sondern immateriell als algorithmische Datenstruktur auf einem elektronischen Speichermedium gespeichert wird (vgl. HAGEN 2004: 7ff.). Bereits nach der Aufnahme wird die ursprüngliche Abbildung auf dem Sensor innerhalb der Digitalkamera durch die integrierte Software, z.B. hinsichtlich Farb- und Kontrastintensität, verändert. Schon hier sehen wir: Digitale Bilder sind vielmehr Rechenmodelle als tatsächliche die Realität abbildende Wirklichkeitsrepräsentationen.

Als ein Merkmal des Siegeszuges der digitalen Fotografie lässt sich feststellen, dass die Mitglieder unserer modernen Gesellschaft so viele Bilder wie nie zuvor produzieren. Dies dürfte v.a. an stetig steigenden Verkaufszahlen von digitalen Kameras sowie der Fähigkeit zur Bilderstellung jedes aktuellen Kommunikationsgerätes liegen. Der Photoindustrie-Verband stellte 2015 fest, dass sich der Markt von digitalen Aufnahmegeräten nicht nur über die Jahre hinweg insgesamt stetig im Aufschwung befindet, sondern auch v.a. weg von der ›klassischen‹ Kamera hin zu mobilen Smartphones und Tablets bewegt. Noch niemals zuvor standen Menschen in einem so intensiven visu-

¹ Andere Bildarten wie z.B. Malereien, Karikaturen, Diagramme, (technische) Zeichnungen oder Grafiken bleiben von der Diskussion an dieser Stelle ausgeschlossen. Im Folgenden werden die Termini ›Bild‹ und ›Fotografie‹ synonym verwendet.

ellen Dialog, noch nie zuvor waren Menschen so bildkommunikationsstark (vgl. SCHELSKE 2005). Dies erscheint nicht verwunderlich, bringen digitale Bilddaten doch einen wesentlichen Gewinn an Nutzungskomfort mit sich: Die erstellten Bilder können umgehend begutachtet und bei Nichtgefallen neu erstellt oder verändert werden, sie sind über digitale Kommunikationskanäle leicht, effizient und schnell kommuniziert und sie stehen jederzeit durch verlustfreie Vervielfältigungsmöglichkeiten der weiteren Verwendung zur Verfügung. Genau hierin liegt jedoch die zentrale Problematik: Die digitale Revolution ermöglicht mittlerweile so einfache, rasche und kostengünstige Bildmanipulationen (vgl. BÜLLESBACH 2008: 109; FORSTER 2003: 72; GRITTMANN 2003: 131), dass sich Bildkonsumenten mit einer unüberschaubaren Flut an veränderten und gefälschten Fotografien konfrontiert sehen müssen. Dieser Angriff auf die Fotografien weithin zugeschriebene Charakteristik der wahrhaften Wirklichkeitswiedergabe muss daher in einem neuen Licht betrachtet werden (vgl. WORTMANN 2003: 219ff.), zumal die Zunahme der kommunizierten Bilder vermutlich v.a. Fotografien mit dokumentarischem Charakter, also Pressefotografien, betrifft. Das digitale Foto ermöglicht Kommunikation überall dort, wo der Rezipient vor Ort fehlt und damit die Echtheit der (Nachrichten-) Information überprüfen könnte. Gerade deren massenmediale Verbreitung führt auch dazu, dass es an Referenzpunkten für die Unterscheidung zwischen wahrhaften und manipulierten Informationen mangelt (vgl. KNIEPER/MÜLLER 2003: 7; SCHIERL 2003: 159; vgl. auch die Abhandlungen zur Problematik des partizipativen Fotojournalismus in Abschnitt 3). *Dies führt uns zur zentralen These dieses Beitrages: Die Wahrheit pressefotografischer Inhalte bezieht sich einerseits auf die Eigenschaften des Dargestellten und andererseits auf dessen individuelle Wahrnehmung.* Um diese These zu untermauern, lade ich den Leser zunächst zur Klärung drei zentraler Begriffe ein, die – wie wir sehen werden – sehr eng miteinander in Verbindung stehen:

3. Realität, Authentizität und Visuelle Wahrheit

Unter einem wirklichen bzw. *realen Objekt* verstehe ich ein nicht illusorisches, aber wahrnehmbares Konstrukt, das frei von Subjektivität ist und – zumindest vorübergehend – faktischen Bestand hat. Damit folge ich hinsichtlich der Wahrnehmbarkeit einem empiristischen Standpunkt insofern, als dass Sachverhalte nur dann als real beurteilt werden können, wenn sie per se perzipierbar sind (vgl. GAWLIK 1991; NAGEL 2006). Ferner ist mein Realitätsbegriff dahingehend ontologisch, als dass er die Notwendigkeit des Seienden bzw. die Entität eines ›realen Sachverhaltes‹ betont (vgl. BECK 2004; CHROBAK 2013; YOLTON 2000). In Bezug auf die Fotografie ist ein Haus bspw. dann real, wenn es möglich ist, zum Zeitpunkt des Fotografierens einen räumlichen und kausalen Zusammenhang zwischen dem Haus und der entstehenden Fotografie herzustellen. Wir müssen sicher sein können, dass das dargestellte

Haus auch mit den menschlichen Sinnen von unterschiedlichen Personen wahrnehmbar war bzw. ist, denn nur die Fotografie eines Hauses sagt noch nichts darüber aus, ob das Haus real existiert(e) – denkbar wäre z.B. auch das ›Entstehen‹ des Hauses durch Grafikrendering am Computer.

Während der Begriff der Objektivität aus der Forschung zu verbal-textlichen Medieninhalten stammt, wird in der Diskussion um Bedeutungsfacetten wie Wahrhaftigkeit, Echtheit, Glaubhaftigkeit, Ursprünglichkeit, Eigentlichkeit sowie Unmittelbarkeit von Fotografien häufig der Begriff der *Authentizität* (griech.: *authentikós* – ›echt‹ und spätlat.: *authenticus* – ›verbürgt, zuverlässig‹; vgl. NOETZEL 1999: 18ff.) verwendet (vgl. GRITTMANN 2007: 36ff.; WORTMANN 2003: 11ff.). Zentral ist jedoch, dass die Eigenschaft der Authentizität einer Fotografie – also der Übereinstimmung des Dargestellten mit dem realen Objekt – von einem Betrachter zugeschrieben wird. Bleiben wir zur Konkretisierung des schillernden Begriffes bei unserem Beispiel des Hauses: Die Fotografie desselben ist dann für den Betrachter authentisch, wenn er die visuelle Darstellung des Hauses entsprechend der Realität für überzeugend hält, unabhängig davon, ob die Fotografie der Realität entspricht oder nicht. Während Grittmann vereinfachend meint, dass sich Authentizität »auf eine Übereinstimmung der Aufnahme mit der Realität« (2003: 124) bezieht, sei für die nachfolgende Diskussion ausdrücklich die Glaubwürdigkeit des Bildinhaltes und damit die Subjektivität als zentrales Merkmal für die Zuschreibung von Authentizität zu einer Fotografie unterstrichen (vgl. KNIEPER/MÜLLER 2003; TREMPER 2006; WIEDEMANN 2005). Was wäre aber, wenn es sich bei einem glaubhaften Bild um eine Fälschung handelt? Inwiefern unterscheiden sich also Authentizität und Wahrheit?

Zunächst einmal ist festzuhalten, dass Realität nicht zwingend Voraussetzung für fotografische Authentizität ist (denn wir können das computergenerierte Haus auch für glaubhaft halten), sehr wohl aber dafür, dass ein Bild inhaltlich wahre Botschaften kommunizieren kann. Während Authentizität eine subjektive Zuschreibung bleibt, bezeichnen wir die objektiv unbeeinflusste und widerspruchsfreie Übereinstimmung des bildlich repräsentierten Sachverhaltes bzw. Objektes mit seinem realen Pendant als *Visuelle Wahrheit*. Diese Relationsauffassung orientiert sich an der Korrespondenztheorie im Allgemeinen und der logisch-empiristischen Bildtheorie im Speziellen: Erstgenannte besagt nach Franzen die »Übereinstimmung mit der Wirklichkeit« (1981: 75) und meint, »daß [sic!] Wahrheit eine Relation zwischen Aussagen und Tatsachen ist« (FRANZEN 1981: 76). Letztgenannte wurde von Wittgenstein (1922) formuliert, der davon ausging, dass »[d]ie gesamte Wirklichkeit die Welt« (WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.063) ist. Diese versteht er als »die Gesamtheit der Tatsachen« (WITTGENSTEIN 1922: Abs. 1.1), welche wiederum bestehende Sachverhalte sind (vgl. WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.04), die gemeinsam mit den nicht-bestehenden Sachverhalten die Wirklichkeit bilden (vgl. WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.06). Nach dieser Prämisse wurde sich oben auf die Definition von realen Objekten beschränkt, wenngleich es auch reale, aber nicht-materielle Fakten gibt (z.B. die Liebe als Gefühl). Wittgenstein entspre-

chend »machen [wir] uns Bilder der Tatsachen« (WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.1), womit »[d]as Bild ein Modell der Wirklichkeit« (WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.12) ist. Darüber hinaus »entsprechen [den Gegenständen] im Bilde die Elemente des Bildes« (WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.13) und damit vertreten »die Elemente des Bildes [...] im Bild die Gegenstände« (WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.131), womit »das Bild [...] eine Tatsache« (WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.141) ist. Wittgenstein betont auch, dass »zum Bilde auch noch die abbildende Beziehung [gehört], die es zum Bild macht« (WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.1513) und dass »[d]ie abbildende Beziehung [...] aus den Zuordnungen der Elemente des Bildes und der Sachen« (WITTGENSTEIN 1922: Abs. 2.1514) besteht.

Bezieht Wittgenstein diese Auffassungen vornehmlich auf die Inhalte menschlichen Denkens, rekuriert der Ansatz der Visuellen Wahrheit auf die Inhalte von Fotografien und deren Potenzial zur Abbildung von Realität. Dabei kann ein Bild für wahr gehalten werden (es ist dann authentisch) und es tatsächlich auch sein (es ist dann visuell wahr). Aber auch der umgekehrte Fall ist denkbar: Ein Bild kann trotz dessen Authentizität nicht wahr sein – ich erinnere an die authentische Fälschung (vgl. für einige Beispiele insbesondere Abschnitt 5). Wir müssen also zwischen objektiver *Wahrheit* (etwas *ist* faktisch wahr) und subjektiver *Wahrnehmung* (etwas wird *für wahr*, also authentisch, *gehalten*) unterscheiden.

Weder Authentizität noch Wahrheit sind einer Fotografie per se inhärent, sondern deren Bestimmung bedarf stets der Berücksichtigung der Rolle sozialer Praktiken und professioneller Normen bei der (fotojournalistischen) Konstruktion von Wirklichkeit (vgl. GRITTMANN 2003: 125). Und eben weil Fotografien die Wirklichkeit nur ausschnitthaft unter dem Einfluss einer eigenen Produktions- und Distributionsgeschichte konstruieren, können sie die Realität nicht unbeeinflusst abbilden, sondern sie schaffen vielmehr eine eigene ›Visuelle Realität‹. Ist Visuelle Wahrheit also überhaupt erreichbar?

4. Bildauthentizität aus Rezipientenperspektive: Warum wird gerade Bildern die Fähigkeit zur wahrheitsgemäßen Realitätswiedergabe zugeschrieben?

Nicht nur die Zulassung von Fotografien als Beweismaterial vor Gericht im 19. Jahrhundert zeigt, dass Menschen bei Bildern – viel mehr als bei Worten – seit jeher auf einen besonders starken Wirklichkeitsbezug vertrauen und ihnen einen hohen Authentizitätsgrad beimessen (vgl. ACKERMANN 2007: 216; GOLAN 2002: 171ff.). Bilder unterstreichen die Echtheit von Informationen, denn »Fotos liefern Beweismaterial« (SONTAG 2008: 11). Dinge, die uns bspw. durch Erzählungen bekannt sind, verlieren spätestens dann ihren Zweifel, sobald eine Fotografie davon auftaucht (SONTAG 2008: 11). Das Dogma, das mit den eigenen Sinnen Wahrgenommene als real anzuerkennen, wird nach

Wortmann als »Evidenz« (2003: 126) bezeichnet. Nun bedienen sich Bilder in ihrem Kommunikationsmodus des Sehsinns, welchem Menschen – jeder kann das Phänomen bei sich selbst beobachten – seit jeher bei der individuellen Realitätskonstruktion mehr als allen anderen Sinnen vertrauen. Dies mag daran liegen, dass wir einen Großteil unserer Weltwahrnehmung mit Hilfe unserer Augen erfahren. Naheliegender ist jedoch, diese visuelle Evidenz mit dem übereinstimmenden optischen Funktionsmodus von unserem Sehsinn mit demjenigen von Bildern zu erklären – und da der Mensch auf seinen visuellen Sehsinn als vornehmliche Quelle der Welterkennung angewiesen ist, neigt er möglicherweise dazu, diesen Anspruch auch auf die Wirklichkeitsdarstellung durch Fotografien zu übertragen.

Da Mediennutzer auf eine lange Rezeptionsgeschichte analoger Bilder zurückblicken können, ist davon auszugehen, dass digitale Fotografien nach den gleichen Kriterien wie ihre analogen Pendanten beurteilt werden und ihnen ebenfalls ein hohes Maß an Authentizität zugebilligt wird (vgl. STIFTUNG HAUS DER GESCHICHTE DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND 2000: 7). Die hohe Glaubwürdigkeit analoger Bilder ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass die Manipulationstechniken im analogen Zeitalter bei den Rezipienten weniger bekannt und bei den Bildproduzenten weniger verbreitet und perfektioniert waren, als dies heute womöglich der Fall ist. Dabei galt schon immer, der häufig unterstellten Neutralität analoger Fotografien kritisch gegenüber zu stehen. Nicht nur, dass der Einfluss des Fotografen beim Fotografieren – egal, ob analog oder digital – bereits eine Einflussnahme darstellt, auch gab es seit jeher Manipulationstechniken, die eine nachträgliche Veränderung des Bildinhalts und damit das Verwischen Visueller Wahrheit zum Ziel hatten (vgl. NEWHALL 1998). Ein pressefotografisches Beispiel waren die im Zeitalter des Stalinismus entstandenen, täuschend echten Bildmanipulationen, bei denen das wohl berühmteste Zensur-Opfer Leo Trotzki als in Ungnade gefallener Politiker auf vielen Bildern nachträglich entfernt wurde. Analogen Fotografien hafteten also keinesfalls eine ›höhere‹ Visuelle Wahrheit an. Doch wie ist das bei digitalen Fotografien?

Schröter (2004: 335ff.) geht davon aus, dass es keinen vielfach postulierten ›Authentizitätsbruch‹ durch die Einführung der Digitalfotografie gäbe, schließlich böten digitale Bilder durch ihre einfache Manipulierbarkeit ein größeres Potential, der Realität visuell näher zu kommen, als es die Analogfotografie vermochte. Der permanente Manipulationsverdacht im Journalismus begründet sich nach ihm v.a. »in der diskursiven Praxis, in der sie eingesetzt werden« (SCHRÖTER 2004: 337). Stiegler hingegen sieht genau diesen ›Authentizitätseinschnitt‹ durch die grenzenlosen Möglichkeiten der digitalen Bildmanipulation gegeben, da die bewusste Manipulationsbeschränkung, wie sie noch in der analogen Fotografie gegolten habe, heute im digitalen Zeitalter nicht mehr gewährleistet sei. Auch führe die Digitaltechnik dazu, dass nicht mehr strikt zwischen Fotografie als Kunst und Fotografie als Aufzeichnung getrennt werden kann (vgl. STIEGLER 2004: 106ff.). Inwiefern dies zu analogen Zeiten möglich gewesen sei, ist an dieser Stelle kein förderlicher Diskussi-

onsgegenstand, grundlegend aber fraglich. Fest steht jedoch, dass die Digitaltechnik die Manipulationsqualität des Analogens um ein Vielfaches steigert und dies zu neuen Debatten um den authentischen Wirklichkeitsbezug und damit Wahrheitsgehalt der Fotografie² führt – auch aufgrund ihrer weitreichenden Bedeutung für die Gesellschaft insgesamt: Müssen wir also annehmen, dass die Digitalisierung das Sterben des Fotos (vgl. JÄGER 1996: 109) nach sich zieht und damit der gesamte Bildjournalismus – aus der Perspektive Visueller Wahrheit betrachtet – keine Zukunft mehr hat (vgl. MACIAS 1990: 253; NEWTON 2001: 1ff.)?

Lüthe beurteilt in diesem (Manipulations-)Zusammenhang die Wahrheit eines Bildes danach, inwiefern Bildproduzenten die Bildrezipienten *bewusst*, sei es durch eine verzerrte Weise der Fotografie oder eine im Nachhinein erfolgte Beeinflussung, täuschen möchten (vgl. 2007: 52). Auch Forster hält fest, dass es sich »bei allen (Nach-)Bearbeitungen von Fotos um Manipulationen [handelt], falls diese in Täuschungsabsicht vorgenommen wurden« (2003: 66). Aber: Erstens darf die *unbewusste* Verzerrung der Realität kein Garant dafür sein, ob wir eine Aufnahme als wahr kategorisieren oder nicht – denn dann könnten, provokativ formuliert, jegliche Manipulationen als unbeabsichtigt deklariert werden und wären damit stets wahr. Und zweitens handelt es sich bei einem inhaltlichen Eingriff in das Bildmaterial immer um Manipulationen – unabhängig davon, ob dahinter eine willentliche Täuschung steht oder nicht, wenngleich nicht jeder Bildbearbeitung eine Betrugsabsicht unterstellt werden darf (wie z.B. Bildbeschneidung, Schärfe- oder Farboptimierung; vgl. ANG 2000: 142ff.; JAUBERT 1989: 185, sowie Abschnitt 5 und 6). Lebenswelten können also nicht nur besonders leicht durch digitale Bilder reproduziert, sondern auch besonders leicht verfälscht werden.

Bezeichnenderweise sind es gerade die medial vermittelten Bilder mit dokumentarischem Charakter, die einen entscheidenden Beitrag zu unserer Weltwahrnehmung leisten, schließlich verbringen wir einen Großteil unseres Tages mit der Rezeption von Medieninhalten, die uns entfernte Ereignisse auch visualisiert nahebringen (vgl. PIETRAß 2003). Die bereits angesprochene Tendenz der Zunahme von Pressefotografien schließt selbstverständlich auch nicht-professionelle Formen der Bilderstellung ein, da auch das von Amateuren angefertigte Fotomaterial mediale Verwendung finden kann. Während professionelle Bildjournalisten nicht nur einem (informellen) journalistischen Kodex (z.B. hinsichtlich objektiver, wahrheitsgemäßer Berichterstattung) unterliegen, sondern darüber hinaus i.d.R. auf eine umfangreiche Ausbildungs- und Berufserfahrung zurückblicken können und in einem sich u.U. selbst re-

² Dies gilt auch für Bewegtbilder, wie der Fall des intensiv diskutierten Videos mit dem angeblich gegen die deutsche Politik gerichteten Mittelfingers des ehemaligen griechischen Finanzminister Yanis Varoufakis zeigt. Varoufakis selbst beteuerte stets, dass das Video manipuliert worden sei, unabhängige Netzforensiker hielten es für echt. Unabhängig von der Frage nach der Visuellen Wahrheit dieses Videos zeigt sich v.a. eins: Bilder vermitteln tieferliegende Botschaften als die bloße optische Darstellung der Bildelemente – in diesem Fall über die Beziehung zweier Nationen, die mehr oder weniger gemeinsam an der Lösung der griechischen Staatsfinanzierung Anfang 2015 arbeiteten. Und genau das zeigt, dass (manipulierte) Bilder in der Lage sind, entsprechende Debatten weitreichend zu beeinflussen.

gulierenden Arbeitsumfeld (Redaktionen, Kollegen etc.) tätig sind, können sich partizipativ-amateurhafte Bildjournalisten hinsichtlich der Qualität an von Profis gesetzten Maßstäben orientieren. Dass offensichtlich auch einige Profis ihre Bilder qualitativ aufwerten, zeigen die Beispiele in Abschnitt 5. Festzuhalten bleibt, dass durch die digitale Technik Bilder von Profis und Amateuren für die Rezipienten zunehmend ununterscheidbarer werden. Trägt die Digitalisierung also doch vielmehr zu einer Entfernung von der Visuellen Wahrheit als zu deren Annäherung bei?

Dass die Manipulierbarkeit von Pressefotografien verheerende Auswirkungen auf die Authentizität und damit auf die wahrgenommene Realität der Rezipienten hat, ist nicht neu (vgl. ARNHEIM 1983; STRUB 1997; NEWTON 2001; SCHIERL 2003). Dennoch dürfen wir durchaus behaupten, dass wir als Bildrezipienten eben nicht alles glauben, sondern z.B. in Abhängigkeit vom genutzten Medium (Regenbogenpresse vs. Nachrichtenmagazin) oder Eingriffsart (technische Veränderungen wie z.B. Kontrast oder Farbe vs. inhaltliche wie Montagen, vgl. Abschnitt 4) und dergleichen mehr unterscheiden (vgl. BRUGIONI 1999: 53; BÜLLESBACH 2008: 130; GRITTMANN 2003: 131). Dies wurde z.T. bereits empirisch bestätigt (vgl. FORSTER 2003; GREER/GOSEN 2002). Die durch die digitale Technik verstärkte Bilderflut (vgl. DOELKER 1997) führt jedoch vermehrt dazu, dass wir von der uns umgebenden Welt immer *weniger selbst* erfahren, wohl aber *mehr visuell* erleben und uns hieraus – unter Rückgriff auf bspw. eigene Erfahrungen oder Wahrscheinlichkeitseinschätzungen von Ereignissen – ein Weltbild konstruieren (vgl. HAGEN 2004: 8). Schelske (2005) beschreibt mit dem Phänomen der ›Fernanwesenheit‹, dass Bilder – v.a. Pressefotografien – eine Möglichkeit darstellen, kaum erfahrbare Ereignisse, z.B. Kriege oder Demonstrationen, erfahrbar zu machen. In diesem Zusammenhang unterstreicht etwa Ritchin (1998), dass Menschen danach streben, Dinge wahrzunehmen, die sich außerhalb ihres Wahrnehmungshorizontes befinden. Und weil Fotografien den Eindruck erwecken, dass ein anderer Mensch dasselbe Ereignis möglicherweise wie man selbst wahrgenommen hätte, werden sie auch als besonders glaubwürdiger Zeuge eingeschätzt. Dieses Phänomen macht sich die Pressefotografie zu Nutze und gibt Rezipienten jenes oben beschriebene Gefühl der authentischen Bildnachricht. Wir sind gezwungen, auf die wahrheitsgemäße Darstellung zu vertrauen, denn sonst wäre unser visuell konstruiertes Weltbild höchst zweifelhaft. Aber: Insbesondere die potentielle Allgegenwärtigkeit von Bildmanipulationen führt traditionelle Argumentationen in Bezug auf die Wahrheitsambitionen der Fotografie ad absurdum. Der Eindruck der ›unumstößlichen Rechtmäßigkeit‹ von Fotografien macht auch deren Manipulation besonders glaubwürdig. Und wenn ein Bild mehr als 1.000 Worte sagt, dann kann es auch besonders eindrucksvoll lügen.

5. Bildauthentizität aus Produzentenperspektive: Einflussfaktoren auf die Visuelle Wahrheit

Bildauthentizität und Visuelle Wahrheit geht wie oben beschrieben durch Bildmanipulation verloren, welche Sachsse (2003: 42) als den menschlichen Eingriff in zu fotografierendes Objekt und fotografiertes Bild beschreibt, unabhängig davon, ob diese mit Absicht erfolgt oder nicht. In Anlehnung an Brugioni (1999: 17ff.), Knieper (2005: 59ff.) und Schicha (2005: 10ff.) unterscheide ich fünf eigenständige Formen der Bildmanipulation, wobei diese auch kombiniert auftreten können:

1. Inszenierungen,
2. Irreführung durch den Kontext,
3. Veränderungen von Bildparametern,
4. Fälschungen sowie
5. Simulation von künstlichen Welten, denen kein reales Objekt zugrunde liegt.

Lobinger unterstreicht, dass besonders »journalistische Bilder, die im Kontext der Nachrichtenproduktion entstehen [...] sich grundsätzlich an der Leitidee der Authentizität« (2012: 64) orientieren. Spätestens bei Pressefotografien sollte also ein Diskussionsprozess über mögliche Folgen dieser Manipulationsmöglichkeiten beginnen (vgl. HOFFMANN 1997), denn sobald Bilder verändert werden, erfüllen diese nicht mehr ihre eigentliche Kernfunktion: Die Dokumentation von Ereignissen (vgl. GRITTMANN 2003: 124; NEWTON 2001: 5). Ich werde mich im Folgenden v.a. auf die Formen der Bildmanipulation konzentrieren, die unmittelbar die Erfüllung der Visuellen Wahrheit mit Hilfe digitaler Technik angreifen – insbesondere Inszenierungen (wie etwa das Hissen der US-Flagge durch Marines auf der Pazifikinsel Iwo Jima, inszeniert durch den Fotografen Joe Rosenthal) werden also nicht Gegenstand der Diskussion der präsentierten Beispiele sein.

6. Bildmanipulation im digitalen Zeitalter: Wie viel Veränderung verträgt die Visuelle Wahrheit fotojournalistischer Bilder?

Zunächst einmal sei festgehalten, dass die primäre Frage nach der Zulässigkeit von Bildveränderungen dokumentarischer Fotografien für mich nicht zwingend ist, *ob* verändert wird, sondern *was* und *wie viel*. In nahezu allen Praxishandbüchern zur Fotografie (vgl. BLECHER 2001; SACHSSE 2003; ROSSIG 2007; JACOBI 2007 und zur Ethik des Fotojournalismus im Speziellen LESTER 1991) wird beschrieben, dass unterschiedliche Brennweiten, Belichtungen oder Bildausschnitte verschiedene Eindrücke erwecken. Der Fotograf ent-

scheidet also in erster Instanz mit der Wahl der Aufnahmeparameter, *was* und *wie* etwas aufgenommen wird und damit auch über eine potentielle Wirkung (vgl. GRITTMANN 2003: 124; SCHIERL 2003: 159). Die Veränderung von Bildparametern (3) erfolgt nach der Aufnahme in zweiter Instanz durch den Fotografen selbst oder eine Bildredaktion in Form von Ausschnitten, Farbveränderungen etc. Die inhaltliche Bildaussage wird dabei idealerweise nicht tangiert. Ist dies doch der Fall, sprechen wir von Bildfälschungen (4), bei denen bewusst der Bildinhalt mit einem bestimmten Kommunikationsziel verändert wird. Die Bildparameterveränderung und -fälschung kann auf vier Arten erfolgen: (a) Durch das Löschen, (b) das Einfügen und (c) die Umgestaltung von Informationen sowie (d) die Fotomontage (vgl. BRUGIONI 1999: 17ff. und 111f.). Diese Arten werden im Folgenden diskutiert – der aufmerksame Betrachter wird merken, dass alle Bildmanipulationen durchaus authentisch sind, durch die Manipulation aber die Kommunikation Visueller Wahrheit verhindern.

Ein prominentes Manipulationsbeispiel ist ein Bild, welches in der Schweizer Boulevardzeitung *Blitz* den Anschlag im ägyptischen Luxor vom 17.11.1997 visualisiert (Abb. 1). Die Wasserlache vor dem Hatshepsut-Tempel täuschte durch die rote Farbveränderung (Bildparameterveränderung) eine Blutlache vor (Fälschung) und dramatisiert damit die ursprüngliche Bildaussage, zumal das Motiv mit der Bildunterschrift »Blutspur des Grauens: [...] Spuren des Massakers sind aber noch deutlich zu sehen« und der Textüberschrift »Ein Land wie im Krieg« (DEUSSEN 2007: 39) dramatisch kontextuell gerahmt wurde (kontextverursachte Irreführung). Zwar hat das Massaker tatsächlich stattgefunden, die Blutlache als zentrales Bildelement jedoch existierte nie. Diese Fotografie lässt sich im Kontext ihrer Distribution dem fotografischen Sujet der Kriegsberichterstattung zuordnen, ebenso wie die folgenden Beispiele (in Anlehnung an FRANZ 2007: 24ff.).

Die Veränderung der Botschaft durch Farbveränderung (I)

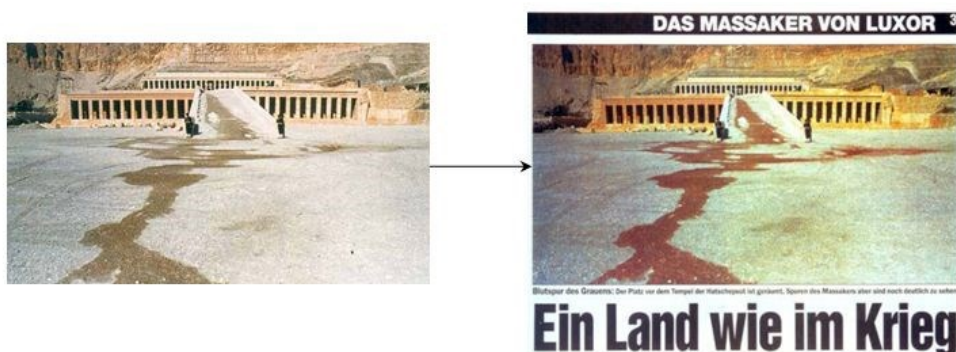


Abb. 1:
Quelle des Originals (links): DEUSSEN 2007: 39
Manipulation (rechts): Fotograf/Bildbearbeitung: unbekannt

Die Veränderung der Botschaft durch Farbveränderung (II)



Abb. 2:

(Wahrscheinliches) Original links, Manipulation rechts. Fotograf/Bildbearbeitung: Adnan Hajj

Quelle: <http://www.spiegel.de/fotostrecke/manipulierte-bilder-fotostrecke-107186-7.html>

und <http://www.heise.de/tp/artikel/23/23280/1.html> [letzter Zugriff: 13.12.2017]

Der für die Presseagentur Reuters arbeitende, libanesische Fotograf Adnan Hajj fotografierte im Jahre 2006 das Ergebnis eines Angriffs der israelischen Luftwaffe auf Hisbollah-Ziele in Beirut. Auf dem Bild war eine einzelne Rauchsäule über der Stadt zu sehen. Reuters veröffentlichte das in Abb. 2 auf der rechten Seite dargestellte Bild – zog es aber, neben allen anderen Fotografien von Hajj, wieder zurück und kündigte das Arbeitsverhältnis, als bekannt wurde, dass er Rauchschwaden verdunkelt (Bildparameterveränderung) und hinzugefügt (Fälschung) hatte. Die Absicht der Manipulation bleibt unklar. Es ist einerseits zu argumentieren, dass das Bild mit den dunklen Rauchschwaden bedrohlicher wirken sollte, als die Situation vor Ort tatsächlich war – und aus diesem Grund erstens höhere Chancen auf mediale Verwendung finden und zweitens die Verurteilung dieses Bombenangriffes unterstreichen sollte. Dies würde vor dem Hintergrund der höchstwahrscheinlich nicht unabhängigen Meinung eines Libanesers in diesem Konflikt durchaus Fürsprecher finden, zumal die Stellungnahme Hajjs zu dem Vorfall war, dass er lediglich die Qualität des Originalbildes verbessern wollte und bei der Bildbearbeitung einen Fehler beging. Was ist aber andererseits, wenn der Fotograf die Rauchschwaden verdunkelte, weil es vor Ort genauso aussah und das Originalbild seiner Meinung nach nicht in der Lage war, dies authentisch wiederzugeben? Es gäbe dann eine Übereinstimmung zwischen der Ereignisinterpretation des Fotografen und dem diese Erfahrung referierenden Abbild. Schierl spricht im Zusammenhang dieser autorenbezogenen Authentizität auch von »situativer Adäquanz« (2003: 159). Das bloße Abweichen des bearbeiteten Bildes von seinem Original war für die Verantwortlichen von Reuters offensichtlich ein Grund für die Verurteilung Hajjs. Aber ist es das wirklich? Der Leser bedenke bei seiner Einschätzung, dass kein Beteiligter, außer Hajj selbst, vor Ort war, um die Authentizität des Dargestellten in Relation zum realen Geschehen zu setzen. Die entscheidenden Fragen müssen also lauten: Wurde das Bild tatsächlich so verändert, dass die Bildaussage nicht mehr der Realität entsprach? Oder visualisiert es die Wahrheit erst durch die Bearbeitung?

Die Besonderheit und damit Gefahr der Aberkennung des Authentizitätsanspruches des digitalen Bildes liegt in dessen potentieller Lossagung

von einem realen Objekt (vgl. NÖTH 2003: 31ff.). Wir können einerseits also Bilder erstellen, die keinen Kausalbezug zum Fotografierten aufweisen (z.B. den Modellentwurf eines noch nicht produzierten Autoprototyps), andererseits sehen wir uns mit der Gefahr konfrontiert, dass elektronischen Bilddaten keine Originale mehr anhaften, wie es bei der analogen Fotografie z.B. das Diapositiv war (vgl. BÜLLESBACH 2008: 111). Aus diesem Grund können Manipulationen häufig nicht nachgewiesen und die Art der Veränderung oft nicht festgestellt werden. Während Schierl (2003: 150) betont, dass Authentizität – hier: Visuelle Wahrheit – aufgrund wachsendem ökonomischen Drucks zusehends weniger gegeben ist, unterstreicht Grittmann (2003: 123; 2007: 36f.), dass insbesondere fotojournalistisch arbeitende Qualitätsmedien weiterhin am Authentizitätsanspruch festhalten. Eines ist jedoch sicher: Spätestens mit dem Aufkommen der digitalen Bildbearbeitung büßt die Fotografie ihre häufig unterstellte Beweiskraft – auch vor Gericht – ein. Eine besondere Brisanz und damit Gefährlichkeit der Unmöglichkeit des Nachweises eines Bildoriginals zeigt das folgende Beispiel.

Die Veränderung der Botschaft durch den Austausch von Bildelementen (I)



Abb. 3:

(Wahrscheinliches) Original links, Manipulation rechts. Fotograf/Bildbearbeitung: unbekannt

Quelle: <http://www.heise.de/tp/artikel/17/17272/1.html> [Zugriff: 13.12.2017]

Der US-Marine Ted J. Boudreaux ist auf dem Originalbild gemeinsam mit zwei irakischen Jungen zu sehen, wobei einer von beiden ein Schild nach oben hält, auf dem – nach Angaben der Mutter Boudreaux, der er das Originalfoto per E-Mail (o.D.) schickte – »Welcome Marines!« steht. Alle Beteiligten strecken den Daumen zur Bestätigung der Botschaft nach oben. Dieses Original sei jedoch nicht mehr auffindbar, da der Empfangscomputer durch einen Blitzschlag zerstört und das Ursprungsbild dadurch gelöscht worden sei. Im Internet kursieren Versionen, bei dem die Botschaft auf dem Schild und damit das entscheidende Bildelement verändert wurde, bspw. in »Lcpl. Boudreaux saved my dad and then he rescued my sister!« oder in »Lcpl. Boudreaux killed my dad then he knocked up my sister!« (Fälschung durch Montage). Nicht nur die Bedeutsamkeit dieses Falles – immerhin geht es möglicherweise um den Nachweis eines menschenverachtenden Scherzes oder, schlimmer

noch, um den eines strafbaren Kriegsverbrechens – zeigt, dass Rezipienten gezwungen sind, digitale Bilder grundsätzlich in Frage zu stellen.

Die Veränderung der Botschaft durch den Austausch bzw. die Kombination von Bildelementen (II)



Abb. 4:
Originale links, Manipulation rechts. Fotograf/Bildbearbeitung: Brian Walski
Quelle: http://www.bgsu.edu/departments/english/cconline/ethics_special_issue/DEVOSS_PLATT/
[letzter Zugriff: 13.12.2017]

Ein anderes Beispiel veranschaulicht die Tendenz, dass wir die vermeintliche Glaubhaftigkeit von professionellen Bildurhebern und Distributionsmedien auf die Bildinhalte übertragen, da wir davon ausgehen, dass diese ihre Botschaften entsprechend journalistischer Richtlinien kommunizieren. Am 31.03.2003 erschien auf der Titelseite der renommierten Tageszeitung *L.A. Times* eine Fotografie von Brian Walski, einem von der *California Press Photographers Association* im Jahre 2001 zum *Photographer of the Year* ausgezeichneten Pressefotografen (Abb. 4, rechts). Dieser spielte der Zeitungsredaktion ein Bild zu, welches er im Zweiten Golfkrieg in Basra, im Süden Iraks, gemacht habe. Die Aufnahme zeigt einen britischen Soldaten gemeinsam mit zahlreichen irakischen Zivilisten. Dem beigegebenen Text ist zu entnehmen, dass der Soldat die Menschen auffordert, vor dem Beschuss des irakischen Militärs in Deckung zu gehen. Würde der Text das Bild jedoch nicht derartig rahmen, könnte man interpretieren, dass der Soldat weniger eine schützende, sondern vielmehr eine machtausspielende Geste vermittelt. Nachdem nach der Veröffentlichung jedoch auffiel, dass einige Personen im Bild mehrfach zu sehen sind, gab Walski zu, das Bild aus zwei anderen Bildern (Abb. 4, links) zusammengesetzt zu haben, um die visuelle Botschaft in seinem Sinne zu bestärken – und musste seinen Hut nehmen (vgl. BÜLLESBACH 2008: 119). Mit seinem Bild spielte Walski eine falsche Realität vor, denn das dargestellte Ereignis hat so niemals stattgefunden. Es ist – wie bei allen obigen Beispielen – zwar möglich, dass wir die Fälschung für glaubhaft und damit authentisch halten, visuell wahr ist jedoch keines der veröffentlichten Bilder. Aber: Ist es nicht so, dass als Qualitätsmerkmal für die Informationsverdienste der Medi-

en stets deren Glaubwürdigkeit unterstrichen wird (vgl. WIEDEMANN 2005: 452)? Und können wir nur noch darauf vertrauen, dass uns Visuelle Wahrheit geboten wird?

7. Trotz allem: Lässt sich Visuelle Wahrheit finden?

Diese Frage würden Verantwortliche der Nachrichtenagentur *Associated Press* gern positiv beantworten, denn sie vertreten den Standpunkt, dass »our pictures must always tell the truth« (HORTON 2001: 38). Dennoch: Wir haben gesehen, dass Visuelle Wahrheit innerhalb unserer digitalen Welt immer weniger gewährleistet wird. Wir sind gezwungen, zunehmend von einer Illusion der Fotografie in ihrer Funktion als »Fenster zur Welt« (GRITTMANN 2003: 134) zu sprechen, da wir im digitalen Zeitalter sehr wahrscheinlich mit immer weniger Visueller Wahrheit konfrontiert werden (vgl. HUANG 2001: 149). Gerade weil wir besonders auf die Glaubwürdigkeit von Bildern vertrauen, lassen sich diese als Denkfallen zur Manipulation von Botschaften und damit zur Indoktrination missbrauchen. Dies gilt sowohl für die Vergangenheit als auch für die Gegenwart und Zukunft, da wir unsere Gewohnheiten des Rezipierens und Produzierens von visuellem Material meines Erachtens vorerst nicht ändern werden. Lunenfeld (2000) behält also Recht, wenn er das digitale Bild als ein dubitatives, also zweifelhaftes bzw. »mit-Zweifeln-behaftetes« Bild beschreibt (vgl. LUNENFELD 2000: 167). Müssen wir ab sofort Pressefotografien stets mit einem Manipulationsverdacht gegenüberreten? Ich denke, wir müssen uns damit anfreunden, dass wir im digitalen Zeitalter nur noch *wahrscheinlich* wahre Bilder rezipieren. Die Verantwortung für wahrheitsgemäße Bilder müssen wir weiterhin in die Hände der Bildproduzenten legen, denn nur sie können die Charakteristik des fotografierten Objektes sowie die Eingriffe in das Bildmaterial beurteilen. Trotzdem gilt: Bilder sind sowohl bei ihrer Herstellung als auch bei ihrer Rezeption stets subjektiv. Uns als bildkompetenten Rezipienten muss immer bewusst sein, dass nicht das Originalbild den Maßstab für Visuelle Wahrheit setzt, sondern das fotografierte Objekt und die Bedingungen, unter denen es entstanden ist.

Literatur

- ACKERMANN, MAX: Akustische Interaktion in bilderseligen Zeiten. In: STAHNISCH, FRANK; HEIJKO BAUER (Hrsg.): *Bild und Gestalt. Wie formen Medienpraktiken das Wissen in Medizin und Humanwissenschaften?* Hamburg [Lit] 2007, S. 211-227
- ANG, TOM: *Picture Editing*. Oxford [Focal Press] 2000

- ARNHEIM, RUDOLF: Über die Natur der Fotografie. In KEMP, WOLFGANG (Hrsg.): *Theorie der Fotografie. Bd. 3: 1945-1980*. München [Schirmer/Mosel] 1983, S. 171-181
- BECK, HEINRICH: *Dimensionen der Wirklichkeit. Argumente zur Ontologie und Metaphysik*. Frankfurt/M. [Lang] 2004
- BLECHER, HELMUT: *Fotojournalismus*. Hamburg [Rotbuch] 2001
- BRUGIONI, DINO A.: *Photo-Fakery. The History and Techniques of Photographic Deception and Manipulation*. Dulles [Brassey's] 1999
- BÜLLESBACH, ALFRED: Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus. In: GRITTMANN, ELKE; IRENE NEVERLA; ILONA AMMANN (Hrsg.): *Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute*. Köln [Halem] 2008, S. 108-136
- CHROBAK, KAROL: Plurality of Ontologies. How to Understand the Diversity of Reality? In: JOHN, RÉNE; JANA RÜCKERT-JOHN; ELENA ESPOSITO (Hrsg.): *Ontologien der Moderne*. Wiesbaden [Springer] 2013, S. 85-108
- DEUSSEN, OLIVER: *Bildmanipulation. Wie Computer unsere Wirklichkeit verzerren*. Heidelberg [Springer] 2007
- DOELKER, CHRISTIAN: *Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*. Stuttgart [Klett Cotta] 1997
- FORSTER, KLAUS: Rezeption von Bildmanipulationen. In: KNIEPER, THOMAS; MARION G. MÜLLER (Hrsg.): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln [Halem] 2003, S. 66-101
- FRANZ, JANINA: *Das Bild im digitalen Zeitalter. Die Frage nach der Authentizität der Fotografie*. München [Grin] 2007
- FRANZEN, WINFRIED: Zur neueren Wahrheitsdiskussion: Redundanztheorie versus Korrespondenztheorie der Wahrheit. In: *Zeitschrift für philosophische Forschung*, 35, 1981, S. 73-90
- GAWLIK, GÜNTER; RÜDIGER BUBNER: *Geschichte der Philosophie in Text und Darstellung. Bd. 4: Empirismus*. Stuttgart [Reclam] 1991
- GEISE, STEPHANIE: *Vision that matters. Die Funktions- und Wirkungslogik Visueller Politischer Kommunikation am Beispiel des Wahlplakats*. Wiesbaden [VS] 2011
- GERTH, SEBASTIAN: Die Erweiterte Bildtypenanalyse. Ein Instrument zur Untersuchung von Pressefotografien aus Rezipienten- und Medienperspektive. In: GEISE, STEPHANIE; KATHARINA LOBINGER (Hrsg.): *Bilder, Kulturen, Identitäten. Analysen zu einem Spannungsfeld Visueller Kommunikationsforschung*. Köln [Halem] 2012, S. 285-308
- GOLAN, TAL: Sichtbarkeit und Macht. Maschinen als Augenzeugen. In: GEIMER, PETER (Hrsg.): *Ordnungen der Sichtbarkeit. Fotografie in Wissenschaft, Kunst und Technologie*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2002, S. 171-210
- GREER, JENNIFER D.; GOSEN, JOSEPH D.: How Much is Too Much? Assessing Levels of Digital Alteration as Factors in Public Perception of News Media Credibility. In: *Visual Communication Quarterly*, 9(3), 2002, S. 4-13

- GRITTMANN, ELKE: Die Konstruktion von Authentizität. Was ist echt an den Pressefotos im Informationsjournalismus? In: KNIEPER, THOMAS; MARION G. MÜLLER (Hrsg.): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln [Halem] 2003, S. 123-149
- GRITTMANN, ELKE: *Das politische Bild*. Köln [Halem] 2007
- HAGEN, WOLFGANG: Es gibt kein digitales Bild. Eine medienepistemologische Anmerkung. In: WÜSTENROT-STIFTUNG (Hrsg.): *Digitale Bildverarbeitung, eine Erweiterung oder radikale Veränderung der Fotografie? Dokumentation des Symposiums am 12./13. November 2004 im Museum Folkwang, Essen*. Ludwigsburg [Wüstenrot-Stiftung] 2005, S. 6-17
- HOFFMANN, KAY: Das dokumentarische Bild im Zeitalter der digitalen Manipulierbarkeit. In: HOFFMANN, KAY (Hrsg.): *Trau-Schau-Wem. Digitalisierung und dokumentarische Form*. Konstanz [UVK] 1997, S. 13-28
- HORTON, BRIAN: *Associated Press Guide to Photojournalism*. New York [McGraw-Hill] 2001
- HUANG, EDGAR SHAOHUA: Reader's Perception of Digital Alteration in Photojournalism. In: *Journalism & Communication Monographs*, 3(3), 2001, S. 149-182
- JACOBI, ASTRID: *Die Pressefotografie. Geschichte, Entwicklung und Ethik des Fotojournalismus*. Saarbrücken [VDM] 2007
- JAUBERT, ALAIN: *Fotos, die lügen: Politik mit gefälschten Bildern*. Frankfurt/M. [Athenäum] 1989
- JÄGER, GOTTFRIED.: Analoge und digitale Fotografie. Das technische Bild. In: VON AMELUNXEN, HUBERTUS; STEFAN IGLHAUT; FLORIAN RÖTZER (Hrsg.): *Fotografie nach der Fotografie*. München [Verlag der Kunst] 1996, S. 108-110
- KNIEPER, THOMAS: Die ikonologische Analyse von Medienbildern und deren Beitrag zur Bildkompetenz. In: KNIEPER, THOMAS; MARION G. MÜLLER (Hrsg.): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln [Halem] 2003, S. 193-212
- KNIEPER, THOMAS: Kommunikationswissenschaftliche Beiträge zu einer interdisziplinären Bildwissenschaft. In: SACHS-HOMBACH, KLAUS (Hrsg.): *Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung*. Köln [Halem] 2005, S. 56-70
- KNIEPER, THOMAS; MARION G. MÜLLER: Vorwort. In: KNIEPER, THOMAS; MARION G. MÜLLER (Hrsg.): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln [Halem] 2003, S. 7-9
- LESTER, PAUL MARTIN: *Photojournalism. An Ethical Approach*. Hillsdale [Erlbaum] 1991
- LOBINGER, KATHARINA: *Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden [Springer] 2012

- LUNENFELD, PETER: Digitale Fotografie. Das dubitative Bild. In: WOLF, HERTA (Hrsg.): *Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2000, S. 158-177
- LÜTHE, RUDOLF: Die Wirklichkeit der Bilder. Philosophische Überlegungen zur Wahrheit bildlicher Darstellung. In: LIEBERT, WOLF-ANDREAS; THOMAS METTEN (Hrsg.): *Mit Bildern lügen*. Köln [Halem] 2007, S. 50-64
- MACIAS, JOSÉ: *Die Entwicklung des Bildjournalismus*. München [Saur] 1990
- NAGEL, JENNIFER: Empiricism. In: SARKAR, SAHOTRA; JESSICA PFEIFER (Hrsg.): *The Philosophy of Science. An Encyclopedia. Vol. 1*. New York [Routledge] 2006, S. 235-243
- NEWTON, JULIANNE H.: *The Burden of Visual Truth: The Role of Photojournalism in Mediating Reality*. Mahwah [Erlbaum] 2001
- NEUSÜSS, FLORIS M. (Hrsg.). *Fotografie als Kunst, Kunst als Fotografie*. Köln [DuMont] 1979
- NEWHALL, BEAUMONT: *Geschichte der Photographie*. München [Schirmer-Mosel] 1998
- NOETZEL, THOMAS: *Authentizität als politisches Problem. Ein Beitrag zur Theoriegeschichte der Legitimation politischer Ordnung*. Berlin [Akademie] 1999
- NÖTH, WINFRIED: Fotografie zwischen Fremdreferenz und Selbstreferenz. In: HORAK, RUTH (Hrsg.), *Rethinking Photography I + II. Narration und neue Reduktion in der Fotografie*. Salzburg [Fotograf-Edition] 2003, S. 22-39
- PIETRAß, MANUELA: *Bild und Wirklichkeit. Zur Unterscheidung von Realität und Fiktion bei der Medienrezeption*. Opladen [Leske + Budrich] 2003
- PLUMPE, GERHARD: *Der tote Blick: zum Diskurs der Photographie in der Zeit des Realismus*. München [Fink] 1990
- PHOTOINDUSTRIE-VERBAND: *Deutscher Foto- und Imagingmarkt 2014*. 2015. <http://www.photoindustrie-verband.de/artikel/deutscher-foto-und-imagingmarkt-2014> [letzter Zugriff: 15.10.2015]
- RITCHIN, FRED: Zeitzeugen. Das Engagement des Fotojournalisten. In: FRIZOT, MICHEL (Hrsg.): *Neue Geschichte der Fotografie*. Köln [Könemann] 1998, S. 590-612
- ROSSIG, JULIAN J.: *Fotojournalismus*. Konstanz [UVK] 2007
- SACHSSE, ROLF: *Bildjournalismus heute: Beruf, Ausbildung, Praxis*. München [List] 2003
- SCHELSKE, ANDREAS: *Das digitale Bildvergessen, Fernanwesende Bildkommunikation in Echtzeit. Tagungsband Zweites Symposium der Deutschen Gesellschaft für Photographie und des Fachbereichs Gestaltung der Georg-Simon-Ohm Fachhochschule Nürnberg*. 2005. <http://www.4communication.de/html/DigitalesBildvergessen.htm> [letzter Zugriff: 18.10.2015]
- SCHICHA, CHRISTIAN: Alles Lüge? Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen. In: *Medienimpulse*, 54, 2005, 9-15
- SCHIERL, THOMAS: Der Schein der Authentizität. Journalistische Bildproduktion als nachfrageorientierte Produktion scheinbarer Authentizität. In:

- KNIEPER, THOMAS; MARION G. MÜLLER (Hrsg.), *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln [Halem] 2003, S. 150-167
- SCHRÖTER, JENS: Das Ende der Welt, Analoge vs. Digitale Bilder – mehr und weniger »Realität«? In: SCHRÖTER, JENS; ALEXANDER BÖHNKE (Hrsg.): *Analog/Digital – Opposition oder Kontinuum*. Bielefeld [Transcript] 2004, S. 335-354
- SCHUSTER, MARTIN: Fotografie und Kunst. In: SCHUSTER, MARTIN: *Fotopsychologie. Lächeln für die Ewigkeit*. Berlin [Springer] 1996, S. 222-248
- SONTAG, SUSAN: *Über Fotografie*. Frankfurt/M. [Fischer] 2008
- STIEGLER, BERND: Digitale Photographie als epistemologischer Bruch und historische Wende. In: ENGELL, LORENZ; BRITTA NEITZEL (Hrsg.): *Das Gesicht der Welt. Medien in der digitalen Kultur*. München [Fink] 2004, S. 105-125
- STIFTUNG HAUS DER GESCHICHTE DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hrsg.): *Bilder, die lügen* (Begleitbuch zur Ausstellung im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 27. November 1998 bis 28. Februar 1999). Bonn [Bouvrier] 2000
- STRUB, CHRISTIAN: Trockene Rede über mögliche Ordnungen der Authentizität. In: BERG, JAN; HANS-OTTO HÜGEL; HAJO KURZENBERGER (Hrsg.): *Authentizität als Darstellung*. Hildesheim [Universitätsverlag] 1997, S. 7-17
- TREMPER, JÖRG: Vom Terror zum Bild – Von der Authentizität zum Stil. Gedanken zur historischen Begründung authentischer Bilder. In: HOFMANN, WILHELM (Hrsg.): *Bildpolitik – Sprachpolitik. Untersuchungen zur politischen Kommunikation in der entwickelten Demokratie*. Berlin [LIT] 2006, S. 117-136
- WIEDEMANN, DIETER: Bilder im Zeitalter digitaler Bildbearbeitung: Neue Ästhetiken und verschwundene Wahrheiten? In: SACHS-HOMBACH, KLAUS (Hrsg.): *Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung*. Köln [Halem] 2005, S. 443-456
- WITTGENSTEIN, LUDWIG: *Tractatus logico-philosophicus*. London [Kegan Paul, Trench, Trubner & Co.] 1922
- WORTMANN, VOLKER: *Authentisches Bild und authentisierende Form*. Köln [Halem] 2003
- YOLTON, JOHN W.: *Realism and Appearances. An Essay in Ontology*. Cambridge [Cambridge UP] 2000