Fassung 21.09.2007

„Mission accomplished“ – Manipulierte Bilder machen Politik

Die Macht funktioniert ohne Argumente, sie braucht Bilder.
Peter Bichsel (Schriftsteller), 2007

Die bewusste und intelligente Manipulation der Angewohnheiten und Meinungen der Massen ist ein wichtiges Element in einer demokratischen Gesellschaft. Diejenigen, welche die versteckten Mechanismen einer Gesellschaft manipulieren, stellen eine unsichtbare Regierung dar und sind die echte herrschende Macht.
Edward Bernays, Propaganda, 1928
(zit. nach Barben 2006, S. 9)

Welche Bedeutung transferiert ein Bild ins Bewusstsein des Betrachters? Das ist die zentrale Frage dieses Beitrags, der aufzuzeigen versucht, mit welchen inhaltlichen, technischen und durch die Bildwahl bestimmten Massnahmen diese Bedeutung seitens der Medienproduzenten beeinflusst und gesteuert werden kann. Aus den kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen, die darlegen, wie Produzenten und Rezipienten massenmedialer Aussagen asymmetrisch kommunizieren, ist bekannt, wie ein medialer „Text“ – der aus verbalen, visuellen oder auditiven Elementen bestehen kann – von Rezipienten nie in völliger Kongruenz zur vom Produzenten intendierten Textaussage interpretiert wird (Doelker 2005, 59). Diese in zahlreichen Publikationen dargelegte wahrnehmungspsychologische Gesetzmässigkeit, die hier darum nicht weiter ausgeführt werden soll, trifft insbesondere für die Informationsvermittlung mittels Bildern und Filmen zu. Denn im Gegensatz zu einer Semiotik und Grammatik der gesprochenen und geschriebenen Sprache existiert eine solche in vergleichbarer Verbindlichkeit für die visuelle Kommunikation nicht. Ebenso fehlt uns ein verbindlicher „Thesaurus des Bildes“ (a.a.O. 88), der uns helfen würde, im folgenden einer Systematik möglicher Einteilungskriterien für die Bewertung von Bildern und ihrer Bedeutungen zu folgen.

Ein Bild, auch ein bewegtes, ist immer eine Re-Konstruktion einer Realität, was uns dazu verleitet, das mit den Sinnen Erfasste als die Wirklichkeit selbst zu nehmen. Mit der Erfindung der Fotokamera schien erstmals eine präzise Reproduktion der Wirklichkeit, ein „objektives Abbild“ der vorgegebenen Realität möglich geworden zu sein (Skov 2004, 6). Die in zahlreichen Studien bei der Bevölkerung nachgewiesene erhöhte Glaubwürdigkeit von dokumentarischen Aufnahmen im Fernsehen gegenüber gedruckten Texten scheint dem Auge eine objektive Wahrnehmung der Realität zuzubilligen. Doch schon Kant spricht davon, wie unsere Welt-Wahrnehmung lediglich ein Ergebnis der Informationsverarbeitung unserer Sinne darstellt. Eine „objektive Erkenntnis der Welt“ über den Sehsinn ist daher nicht möglich, weil es einen deutungsfreien Zugriff auf die Realität über ein Medium nicht gibt. „Das, wozu unsere Sinnesorgane in der Lage sind, in für uns lesbare Informationen zu übersetzen, entspricht unserem Wirklichkeitsempfinden und wird daher als wirklich wahrgenommen. Dies ist aber keineswegs die Realität.“ (Röll 1998, 49). Für die folgenden Ausführungen ist diese Erkenntnis von Belang, weil selbst in der Analyse und Infragestellung einer medial vermittelten Realität sich uns eine objektivierte dahinter, also die „wirkliche Realität“, nie mit letzter Gewissheit erschliesst.

Jede textgebundene oder visuelle Informationsvermittlung geschieht immer über einen technischen Verarbeitungsprozess, der offensichtlich macht, wie der idealistische Glaube vieler Rezipienten an die Wiedergabe einer „objektiven Realität“ durch die Medien illusionistisch bleiben muss. Nun besteht allerdings ein fundamentaler Unterschied zwischen den Möglichkeiten der Bedeutungsvermittlung von Texten und Bildern. Fotografierte oder gefilmte Bilder brauchen eine „abbildbare“ Realität, womit sie sich grundsätzlich von der Herstellung rein fiktiver Texte unterscheiden, die unter Umständen überhaupt keine Entsprechung mit einer tatsächlichen Realität aufzuweisen brauchen. So waren zum Beispiel die zahlreichen Interviews mit Prominenten, die der Journalist Tom Kummer in den Neunzigerjahren so renommierten Organen wie SPIEGEL, ZEIT, SÜDDEUTSCHE ZEITUNG und TIMES, anzudrehen verstand, von A bis Z erfunden (Pohr 2005; Vogel 2007). Und die unter der falschen Identität Binjamin Wilkomirski in einem angesehenen Verlag veröffentlichten Erinnerungen an dessen Kindheit in einem deutschen Konzentrationslager, mit denen der Autor jahrelang zu Lesungen von Schule zu Schule reiste, gab es, gerichtlich festgestellt, nur in dessen Fantasie.

Bilder als Ikonen von Ideologien

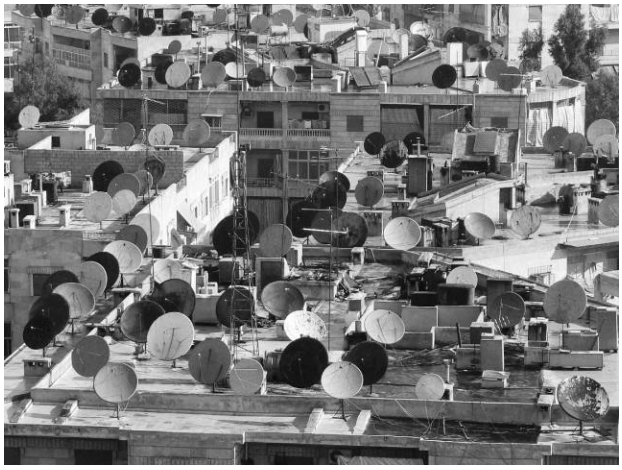
Auf Grund unserer Lebenserfahrung und unserem jeweiligen soziokulturellen Umfeld, in dem Bilder eine lange Tradition haben, ist diesen immer auch eine konnotative Bedeutung immanent. Darauf hat Roland Barthes hingewiesen, indem er aufmerksam gemacht hat, wie mit der Flagge einer Nation emotionale Werte – wie Heimatgefühle, Ehre, Patriotismus, nationaler Zusammenhalt usw. – mit zum Bedeutungsgehalt ihres Abbilds gehören, also kon-notiert sind.

Bereits in der Antike wurden Standbilder von Herrschern in den Dienst ihrer Macht gestellt. Römische Kaiser liessen Statuen von sich aufstellen, um sich als sieghafte Feldherren in den Köpfen der Untertanen zu repräsentieren. Dass zwei- und dreidimensionale Abbildungen von Persönlichkeiten noch heute auf einer symbolischen Ebene mit der inkarnierten Person identifiziert werden, beweisen die aus den Medien bekannten Bilder, auf denen zu erkennen ist, wie das Volk bei Umstürzen mit diesen Abbildern umgeht: Triumphierend zogen 1956 Aufständische den abgeschlagenen Kopf einer überlebensgrossen Stalin-Statue an Seilen durch die Strassen Budapests. Anlässlich des zweiten Golfkriegs markierte 2003 in Bagdad der Sturz einer Bronzestatue Saddam Husseins von ihrem Sockel für die Weltöffentlichkeit bildlich das Ende seines Regimes. Auch die von den Taliban vorgenommene Zerstörung der in Afghanistan in den Fels gehauenen Buddhastatuen, die zum Weltkulturerbe erklärt worden waren, beruhte letztlich auf der Annahme, mit der Vernichtung des Abbilds die darin inhärente Ideologie zu beseitigen.

Wie stark und folgenreich Konnotationen selbst in nicht realistischen Bildern wirken, hat sich 2006 anlässlich des sog. Karikaturenstreits gezeigt: Weil in einer dänischen Zeitung einige Karikaturen abgebildet worden sind, die nach Auffassung muslimischer Gläubigen den Propheten Mohammed verhöhnten, ist in zahlreichen arabischen Städten die dänische Fahne öffentlich verbrannt worden. Diese symbolische „Vernichtung“ eines angeblich feindlich gesinnten Landes mutierte im Laufe weniger Tage mit dem Plündern und Abfackeln dänischer Botschaftsgebäude schliesslich zu einer realen physischen Zerstörung (Schapira 2007, 5). Diese Eskalation beweist die Macht, die Bilder – zusammen mit dem Aufputschen der Massen durch fundamentalistische Drahtzieher – über das Denken und Handeln der Menschen auszuüben vermögen.

Selbstverständlich ist diese Affäre nicht losgelöst vom Zusammenhang mit den kriegerischen Auseinandersetzungen im Irak, in Afghanistan und im Libanon zu werten. Sie dokumentiert zudem den „Zusammenprall der Zivilisationen“, wie er sich in Kulturen mit einem eingeschränkten Bildercode in Konfrontation mit den modernen Medien ergibt.

Diese Beispiele über den ideologischen Stellenwert von Ikonen der Macht und von Bildern sollen darauf aufmerksam machen, wie in Folge der heute technisch möglich gewordenen massenhaften Verbreitung von Bildern und Filmen kulturelle oder religiöse Vorstellungen aufgebrochen und dramatisch verändert werden. Entsprechend entwickeln und modifizieren sich gesellschaftliche Normen und Werte durch den Einsatz von Bildern in einem publizistischen Kontext – sowie letztlich unter Umständen auch die jeweiligen Machtverhältnisse. Am deutlichsten wird das spürbar in Ländern, in denen bis vor wenigen Jahren die Verbreitung von Bildern über die Massenmedien kaum oder lediglich in einem eingeschränkten Rahmen stattfand. Viele Menschen, die in ihrer Soziokultur mit gewissen religiös begründeten Einschränkungen bezüglich visualisierter Darstellungen leben, erhalten nun via der überall vorhandenen Satellitenschüsseln die Abbilder einer ihnen fremden kulturellen Welt frei Haus geliefert.



Satellitenschüsseln auf den Dächern von Aleppo (Syrien)

Die über Satelliten konsumierten Bildinhalte konfrontieren die Bevölkerung in islamischen Ländern mit kulturellen Phänomenen und einem Bilderrepertoire, die den autochthonen ethischen Normen nicht selten zuwiderlaufen. In westlichen Demokratien ist die Informationsfreiheit ein verfassungsmässiges Grundrecht, das zum Beispiel im Iran nicht gilt. Dort haben die Regierenden immer wieder Anläufe unternommen, ihrer Bevölkerung den Empfang von Fernsehprogrammen über Satellitenschüsseln zu verbieten (Taheri 1994 und 1995), wobei Verstösse sogar Todesurteile zur Folge hatten (BLICK 1995). „Die von ihm (Präsident Achmadinedschad, A.F.) als bedrohlich empfundene westliche Kultur will er bekämpfen, indem er Tausende von Satellitenschüsseln in Teheran konfiszieren lässt.“ (DIE WELTWOCHE 2005). Allerdings treibt die Herrschenden und Glaubenswächter nicht allein die vor dem entsprechenden kulturellen Hintergrund nachvollziehbare Sorge um die Verletzung religiöser Gesetze durch Darstellungen von Pornografie oder westlicher Lebensart zu derart drakonischen Massnahmen. Dahinter stand und steht nicht zuletzt die Absicht, die von der Bevölkerung konsumierten Bilder aus politischen und religiösen Gründen zu kontrollieren, was in totalitären Gesellschaftssystemen schon immer ein Mittel zur Herrschaftssicherung darstellte. Die flächendecken-

de Kontrolle über die (Fernseh-)Bilder funktioniert in Kuba noch 2007 über ein totales Satellitenschüsselverbot für die einheimische Bevölkerung, das von der Polizei scharf überwacht und wo der illegale Besitz getarnter Antennen rigoros bestraft wird (Leuthold 2007, 20).

„Gefundene“ und „erfundene“ Bilder: Montagetechniken

Selbstverständlich gibt es auch in demokratischen Staaten mit einer freiheitlichen Informationsgesetzgebung eine gewisse „Kontrolle“ über das in den Medien verbreitete Bildmaterial. Diese Kontrolle findet dort – mit einigen bemerkenswerten Ausnahmen, die noch darzulegen sind – allerdings nicht über eine institutionalisierte oder faktische Zensur, als vielmehr über Techniken einer mehr oder weniger subtilen Manipulation statt. Ihre Mechanismen sollen im folgenden aufgezeigt werden.

Dazu muss allerdings zunächst definiert werden, was hier unter „Manipulation“ verstanden wird. Insofern als sich der Begriff vom lateinischen „manus“ ableitet, verweist er auf die „Handarbeit“, der notwendigerweise jede mediale Bedeutungsvermittlung unterliegt (Doelker 2005, 82). Für Enzenberger (1970, 124) setzt daher „jeder Gebrauch von Medien (...) Manipulation voraus“. Derart allgemein interpretiert, lässt sich hingegen nicht mehr unterscheiden zwischen der „normalen“ Wiedergabe eines Bildes und seiner absichtsvollen Inszenierung oder nachträglichen Veränderung durch die Kommunikatoren. Ich schliesse mich daher hier der Definition von Zöchbauer (1975, 74) an, der die Manipulation als indirekte Steuerung der Meinungen oder Verhaltensweisen von Personen definiert, wobei ihnen selbst diese Steuerung verborgen bleibt.
Diese beiden Aspekte, dass nämlich eine lenkende Einflussnahme auf den Inhalt eines Kommunikats einerseits intentional mit dem Ziel einer Täuschung geschieht sowie andererseits vom Rezipienten nicht erkannt werden soll, sind konstitutiv für die hier verwendete Definition von Manipulation. Die betrügerische Absicht, die hinter einer zielgerichteten Veränderung „objektiver“ Realitäten vor Ort oder in nachträglichen Eingriffen in das Informationsmaterial besteht, setzt Manipulation daher mit „ethisch unkorrektem Handeln“ gleich (wikipedia 2007: Fotomanipulation).

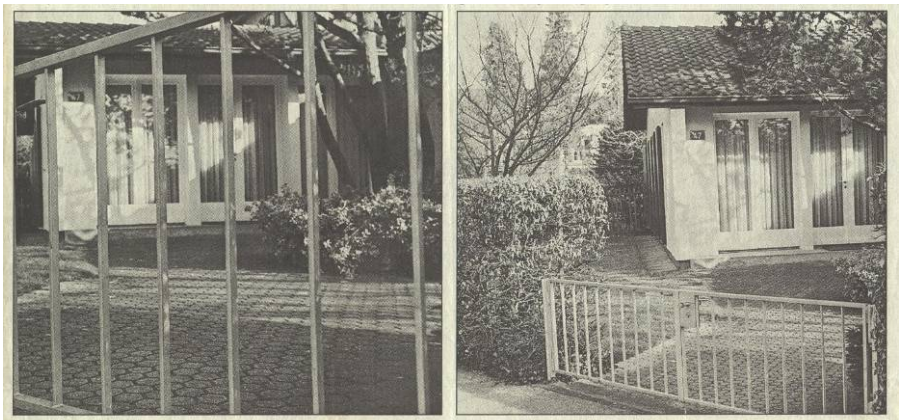
Wenn also beispielsweise die absichtsvolle Veränderung eines Bildes offensichtlich ist, so handelt es sich gemäss Zöchbauers Definition demnach nicht um Manipulation. So sind die als Bildcollagen erkennbaren „argumentierenden Fotomontagen“ eines John Heartfield (Diederich 1977[3]; Siepmann 1977)), der mit seinen Karikaturen, Plakaten und Postkarten die Nazis lächerlich machte und bereits vor dem Zweiten Weltkrieg deren menschenverachtende Ideologie demaskierte, keine Manipulation. Schon beim 1924 von Ernst Friedrich hergestellten Antikriegs-Pamphlet „Krieg dem Kriege“ war die Technik der mit einer provokativen Kontrastmontage erreichten Botschaft transparent und daher nicht manipulativ. Friedrich stellt – erstmals in der Geschichte der Fotoreproduktion – in seinem Buch Bilder und Texte einander gegenüber, die die Meinung des Betrachters im Sinne der „Nie-wieder-Krieg!“-Bewegung beeinflussen sollen: Das Bild des im holländischen Exil Tennis spielenden deutschen Kronprinzen wird dem Bild eines Kriegsverletzen gegenübergestellt, dem für seine Arbeit in der Fabrik eine Prothese aus Metallstäben den amputierten Arm ersetzen muss. Unter diese Fotos setzt Friedrich die Legende: „Der deutsche Kronprinz als Schwerarbeiter... ... und der kriegsverletzte Proletarier bei seinem täglichen Sport.“

Mit ihren politischen Fotomontagen und visuellen Parodien haben seit den sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts Klaus Staeck und Jürgen Holtfreter (1977[2])die Meinung der Bevölkerung im Sinne einer antikapitalistischen und antifaschistischen Propaganda zu beeinflussen versucht. Wenn Holtfreter im berühmten Bild der amerikanischen Soldaten, die 1945 auf einer eben eroberten Pazifikinsel die Flagge der USA aufrichten, diese in seiner Collage durch eine Coca-Cola-Fahne ersetzt, so ist das Ziel der Aussage und die dafür angewandte Technik für jeden Betrachter klar erkennbar. Die Technik und Absicht Holtfreters sind offensichtlich und seine Fotomontage daher auch keine Manipulation.

Die Frage, inwiefern eine Fotografie eine vorgefundene Wirklichkeit abbildet oder eine solche vom Fotografen „inszeniert“ ist, stellt sich seit ihren Anfängen. Bereits die älteste bekannte Daguerrotypie, eine Aufnahme des Boulevard du Temple in Paris von 1838 ist eine Inszenierung. Der als Erfinder der Fotografie geltende Louis-Jacques Mandé Daguerre postierte für seine Aufnahme einen Assistenten, der sich dort während der gesamten Belichtungszeit von zwanzig Minuten in regungsloser Pose den Schuh putzen liess (Sachsse 1988, 44). Demgegenüber ist das erste Nachrichtenbild, eine Aufnahme der Hamburger Innenstadt nach dem grossen Brand von 1842 (Höpker 1988, 20), ein „vorgefundenes“ Motiv. Durch die ganze Geschichte der dokumentarischen Fotografie zieht sich diese Unterscheidung: Die Tätigkeit des „findenden“ Fotografen und Filmers kann als perzeptuell, als sinnlich-empfangendes Verhältnis zur Aussenwelt bezeichnet werden, das diese auf vorhandene Gegebenheiten hin absucht (Müller-Pohle 1988, 12). Dieser Haltung gegenüber steht jene des „Erfinders“, die auf einem konzeptionellen Ansatz gründet, der von einer bewussten und inszenierten Bilderherstellung aus geht.
Hier interessiert uns das Spektrum der möglichen Stationen und Techniken der Bildmanipulation, die bei der Entstehung visuellen Materials vor Ort oder im nachhinein vorgenommen werden.

Die „richtige Perspektive“: Bildermanipulation vor Ort

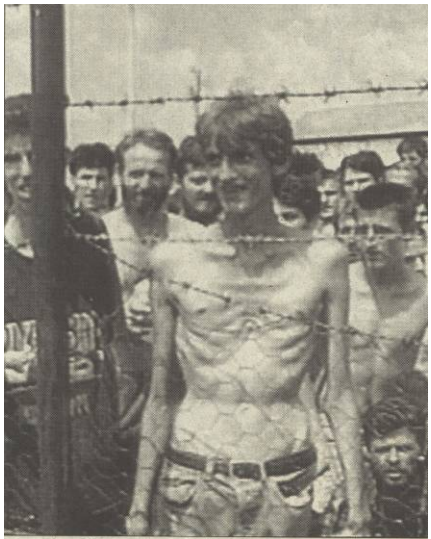
Ein besonders deutliches Beispiel, wie mit einem Bild bei den Leserinnen und Lesern von Printmedien ein bestimmter Eindruck erweckt werden soll, lieferte 1998 die schweizerische Zeitschrift DER BEOBACHTER. Unter dem Grauen erregenden Titel „Gralsbewegung – Kindsmord im Sektenwahn“ vermittelten fünf rot eingefärbte Bilder von Häusern einiger Sektenmitglieder den Eindruck einer gefährlichen und geheimen Sekte, die sich hinter hohen Gittern und Drahtzäunen verschanzt. Wie ein Augenschein vor Ort durch eine Lokalzeitung ergab (Osswald 1998), entstand der Eindruck der massiven Vergitterung einzig durch die Froschperspektive der Kamera.



Aus dieser Perspektive wurde die Andachtsstätte im «Beobachter» abgebildet (Bild links). Das vermeintlich grosse Gitter ist in Wirklichkeit ein kleines «Gartentörli» (Bild rechts). Fotos Zimmer

Dieses Musterbeispiel für den konzeptionellen Ansatz illustriert die absichtsvolle Bildherstellung und ist exemplarisch für die oben wiedergegebene Definition von Manipulation: Die Leserschaft kann die Mechanismen der Bildgestaltung, mit denen ihre Meinung beeinflusst werden soll, nicht erkennen, weil ihr die realen Gegebenheiten vor Ort nicht bekannt sind. Der Fall hat insofern auch eine politische Dimension, weil er – zusammen mit offensichtlich manipulierten Textzitaten in der erwähnten Zeitschrift – zu einer Gerichtsklage und zur öffentlichen Diskussion über gesetzliche Massnahmen gegen das Sektenwesen in der Schweiz führte.

Von politisch weiter reichender Bedeutung war indessen ein Bild, in dem ebenfalls ein Zaun eine entscheidende Rolle spielt. Es ging im August 1992 um die ganze Welt und hat wesentlich dazu beigetragen, den Krieg gegen Serbien gegenüber der Weltöffentlichkeit zu legitimieren. Die Fotografie eines ausgemergelten Mannes hinter dem Stacheldraht eines Lagers der bosnischen Serben kam in die Nachrichtensendungen der Fernsehsender sowie auf die Titelseiten von Zeitungen und Magazinen in Europa und in den USA.



»Es war dieses Bild, das die Welt in Alarmbereitschaft versetzte«: Penny Marshall

Versehen wurde das Bild auf den Titelseiten mit folgenden Kommentaren: „Must it go on? – The Balkan Muslim prisoners in a Serbian detention camp“ (TIME; zit. nach Deichmann 1997), „Der Beweis: Szenen wie aus fünfzig Jahre alten Filmen über Konzentrationslager der Nazis.“ (THE GUARDIAN; Übersetzung Deichmann). Dieser für die ganze Welt hochgradig konnotierte Vergleich mit dem Holocaust ganzer Bevöl-

kerungsgruppen durch die Nazis war es schliesslich, der in der öffentlichen Meinung mehrheitsbildend für einen militärischen Einsatz gegen Serbien wirkte (Vulliamy 1994, 202). Auf Grund der an den Kriegsverbrecherprozessen in Den Haag zutage getretenen Fakten können Massaker bosnischer Serben an der muslimischen Bevölkerung heute zweifelsfrei nachgewiesen werden. Trotzdem: Das bekannteste Bild aus dem Bosnienkrieg ist eine durch den Kamerastandpunkt erwirkte „Fälschung“. Recherchen, die Jahre später veröffentlicht worden sind (Deichmann a.a.O), haben ergeben, dass der abgebildete Mann kein Muslim, sondern ein seit über zehn Jahren tuberkulosekranker Serbe ist. Die abgebildeten Männer befinden sich auch nicht hinter einem Stacheldraht. Vielmehr hat das britische Journalisten- und Reporterteam aus der Umzäunung eines Materiallagerplatzes heraus mit einem Teleobjektiv die Männer eines Flüchtlingslagers gefilmt, die neugierig dem Tun der Reportergruppe zuschauten. Dass der Maschen- und Stacheldrahtzaun an der „falschen“ Seite der Pfosten angebracht ist, machte andere Journalisten stutzig und die Entstehung des Bildes wurde daher mehrfach recherchiert. Die 1992 in Bosnien entstandenen Fotos und Filmaufnahmen wurden 1996 am Kriegsverbrechertribunal in Den Haag als Beweisstücke der Anklage vorgeführt. Der als Zeuge der Anklage anwesende Reporter, der die Aufnahmen gemacht hatte, wollte allerdings die Szene mit dem Stacheldraht nicht vorführen, „weil sie zu falschen Schlüssen führen könnte“ (Deichmann a.a.O).

Fotografien als Waffe: Inszenierungen vor der Kamera

Wie Gerhard Paul (2004) in seinem Standardwerk „Bilder des Krieges – Krieg der Bilder“ dokumentiert, wird die Fotografie seit ihren Anfängen als Waffe zur Beeinflussung der Öffentlichkeit eingesetzt. Dazu gibt es Hunderte von bekannten Beispielen (Yapp 1996), viele davon sind nachträglich der Inszenierung verdächtigt oder als solche entlarvt worden. Dazu gehören das „legendärste und meistveröffentlichte Kriegsbild der Geschichte“ (Koetzle 2002, 21) von Frank Capa vom fallenden Spanienkämpfer, der eben von einer Kugel getroffenen worden ist oder das Original des bereits erwähnten Bilds der amerikanischen Soldaten, die 1945 auf einer Pazifikinsel die amerikanische Flagge hissen. Ebenfalls inszeniert und nachträglich retuschiert ist das millionenfach reproduzierte, den Sieg der Sowjets über Nazideutschland symbolisierende Foto mit der Aufpflanzung der sowjetischen Fahne über den Ruinen des Berliner Reichstags im Mai 1945 (Ankowitsch 2006, 32).

Die Inszenierung von Bildern zwecks politischer Beeinflussung der öffentlichen Meinung geht bis in die Anfänge der Fotografie zurück. Mit gestellten und auf Cartes-de-visite massenhaft verbreiteten Bildern von der Erschiessung von 62 Geiseln durch die Kommunarden in Paris am 26. Mai 1871 gelang es den bürgerlichen Kräften, den Hass gegen die Revolutionäre zu schüren (Yapp 1996, 46). Die dem heute an fotografische Bilder gewöhnten Auge schnell einmal erkennbare Inszenierung profitierte vor anderthalb Jahrhunderten noch vom fast uneingeschränkten Glauben an die Realitätsabbildung durch das neue Medium Fotografie.

Heute sind Inszenierungen raffinierter, manchmal nicht nachzuweisen und daher umstritten. Als Beispiel dafür mag ein Bild gelten, das im Juni 2006 um die Welt ging und das die öffentliche Meinung aufgewühlt hat.

An einem Strand von Gaza detonierte eine mit Metallkugeln gefüllte Mine oder Artilleriegranate inmitten einer achtköpfigen Familie, die sich an einem Feiertag dort zu einem Picknick niedergelassen hatte. Einzig die zehnjährige Tochter überlebte die Explosion, weil sie in diesem Moment gerade im Meer gebadet hat. „Das blutige Picknick machte Huda Ghalija innerhalb von wenigen Stunden weltweit bekannt. Das hat sie dem Kameramann Zakarjia Abu Harbed zu verdanken. (...) Seine Agentur Ramattan News Agency, die über Büros in Ramallah und Gaza City verfügt, verkaufte die herzzerreissenden Bilder der hysterisch und in Tränen aufgelösten Huda Ghalija an Fernsehsender in der ganzen Welt. (...) In der arabischen Welt stand die Ursache der Tötung der Ghalija-Familienmitglieder schon am Freitag fest: Israel. Zu dieser Behauptung beigetragen haben auch Archivbilder von israelischen Soldaten, die Artilleriegeschosse abfeuern, die manche arabische Fernsehsender in den Film von Kameramann Harbed hineinschnitten.“ (Schmitz 2006).
Der Nahost-Korrespondent des TAGES-ANZEIGERs, die neben einem Boulevardmedium auflagenstärkste Tageszeitung in der Schweiz, zählt in seinem Artikel indessen eine ganze Reihe von Fakten auf, die die Interpretation, die Familie sei durch eine israelische Granate ums Leben gekommen, unglaubwürdig machen sollten. Auf der Grundlage des abgedruckten Bilds sind die meisten der von Schmitz angeführten Argumente – wie ein offenbar fehlender Explosionskrater, die trockene Strassenkleidung des Mädchens, Hamas-Männer, die Trümmer wegräumen statt zu helfen usw. – für uns in Europa unüberprüfbar. Doch das im Tages-Anzeiger reproduzierte Bild wirft tatsächlich einige kritische Fragen auf: Welches ist der Standort des Fotografen am Sandstrand von Gaza, da er aus einer Höhe von mindestens drei Metern gefilmt haben muss? Warum ist die Leiche des Vaters nur bis zur Brust bedeckt, da doch toten Personen normalerweise auch im Nahen Osten, was zahlreiche andere Fotos beweisen, das Gesicht bedeckt wird? Schmitz mutmasst daher, am Strand von Gaza sei eine von den Palästinensern vergrabene Landmine explodiert resp. die Explosion sei gar von den Palästinensern inszeniert und die Opfer bewusst in Kauf genommen worden, um die Weltöffentlichkeit gegen Israel aufzubringen.
Auf Grund verschiedener Bilder, die über die palästinensische Nachrichtenagentur an die Weltöffentlichkeit gelangten, tauchte in Internet-Blogs (eureferendum.blogspot, 2007) im August 2006 der Verdacht auf, einige Fotos über die Folgen israelischer Luftangriffe könnten inszeniert sein. Blogger haben herausgefunden, wie „zufälligerweise“ an verschiedenen Orten immer die gleichen zwei palästinensischen „Helfer“ tote Kinder in die Kameras halten (Eigenmann 2006/1 und 2006/2; Schmid J. 2006). Unter der angegebenen Website und

youtube (detaillierte Angaben in der Bibliografie) belegen Fotos und Filme diese These eindrücklich. Die beiden inzwischen als Hizbollah-Aktivisten identifizierten Männer heissen in den Blogs Mr. Green Helmet und Mr. White Tee-Shirt. Haben die Blogger Recht, dann präsentiert der Erstgenannte den Pressefotografen schon seit 1996 immer wieder tote Kinder.

BILD NICOLAS ASFOURI/AFP

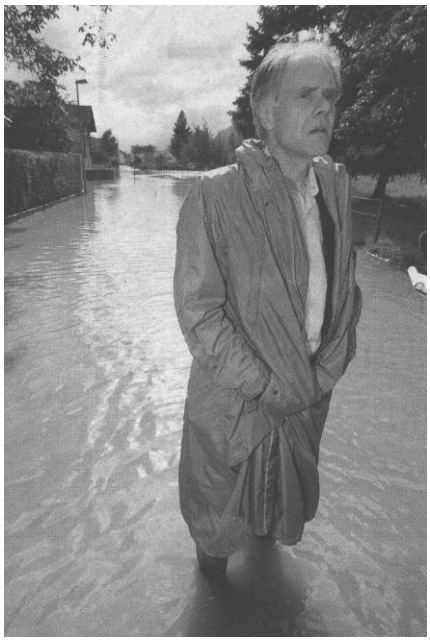
Mr. Green Helmet (Bild oben und rechts) und Mr. White Tee-Shirt.

Obwohl diese Erkenntnisse Thorsten Schmitz' Verdacht stützen würden, das Unglücks am Strand von Gaza könnte von palästinensischer Seite inszeniert worden sein, wurde diese These einen Monat später widerlegt. Eine Delegation der unabhängigen Organisation Human Rights Watch kam nach einer Untersuchung des Vorfalls zum Schluss, dass ein früherer israelischer Blindgänger die Ursache der Explosion gewesen ist (NZZ 2006).

Das nackte Elend in Person: Bildauswahl

Bildinhalte brauchen indessen nicht in böswilliger Absicht in Szene gesetzt zu werden, um bei den Rezipienten eine bestimmte Interpretation auszulösen. Dafür ein Beispiel:

Im Spätsommer 2005 wurde die Zentralschweiz von einer Unwetterkatastrophe heimgesucht, die in den schweizerischen Medien während Tagen das Hauptthema ihrer Berichterstattung war. Dabei wurde unter anderem der schweizerische „Umweltminister", Bundesrat Moritz Leuenberger fotografiert, wie er das Katastrophengebiet besucht.



Dieses Bild, das auf den ersten Blick durchaus als perzeptuell, als Abbild der Wahrnehmung einer vor Ort vorgefundenen Realität durchgehen mag, hat in der Öffentlichkeit eine Welle von Reaktionen ausgelöst, die sich in Leserbriefen niederschlug:

> „Moritz, mir graut vor dir. Das also ist das Bild eines unserer Landesväter, der uns verzagte Schweizer aus dem Elend herausführen soll. Uns Mut machen müsste in schweren Zeiten? Ein Moritz Leuenberger, der wie ein begossener Pudel hilflos im Schlamm steckt? Symbolträchtiger geht's wohl nimmer. Ich sehe einen Jammerlappen, einen Ritter von der traurigen Gestalt, Sinnbild einer verzagten Schweiz – kurz das Zagen, Zaudern und Zögern in einer Person" (TAGES-ANZEIGER 2005)

> „Da steht ein klapperdürrer Leuenberger im Regenmantel verloren als Katastrophentourist knietief im Wasser. Mit einem Gesicht, das seine ganze Ratlosigkeit zum Ausdruck bringt. (...) Das nackte Elend in Person. Was will uns dieses Bild sagen? Lasset alle Hoffnung fahren. Wir, die Regierung, können gar nicht regieren." (a.a.O. 2005.)

Ich kann nicht beurteilen, ob die Redaktion der Zeitung ihren Leserinnen und Lesern mit diesem Bild das sagen wollte. Eine Betrachtung der hier eingesetzten fotografischen Mittel lässt hingegen schnell erkennen, wie ein Teil der offenbar negativen Wirkung auf die Verwendung eines starken Weitwinkelobjektivs zurückzuführen ist, das die Proportionen zwischen Unter- und Oberkörper verzerrt.

Die im gleichen Verlag wie die erwähnte Tageszeitung erscheinende Wochenzeitschrift FACTS hat nur vier Tage später in einem Bericht über die nämliche Unwetterkatastrophe ein Bild des rechtsbürgerlichen Verteidigungsministers und damaligen Bundespräsidenten Samuel Schmid veröffentlicht, der wie sein Amtskollege Leuenberger ebenfalls das Katastrophengebiet besucht hat (Fahmy/Schmid 2005, 16).
Wie wird der Magistrat hier dargestellt? Angeflogen mit einem imposanten Militärhelikopter, steht er – ganz Chef und Herr der Situation – im Armee-Regenmantel da und scheint den Umstehenden Anweisungen zu erteilen.

Werthenstein LU: Spitzenpolitiker wie Verteidigungsminister Samuel Schmid waren rasch vor Ort.

Seine vom Fotografen festgehaltene – „imperiale“ – Geste markiert seit Tausenden von Jahren den Herrschaftsanspruch: Eine Statue des „göttlichen“ Kaisers Augustus sowie viele Standbilder von Lenin oder die Monumentalstatue des „Grossen und Geliebten Führers“ Kim Il Sung in der nordkoreanischen Hauptstadt stellen den Herrscher mit ausgestrecktem Arm und der hinweisenden rechten Hand dar, die den „rechten Weg“ weist.

Der von FACTS vermittelte Eindruck eines gegenüber dem Umweltminister souveränen Bundespräsidenten entsteht durch die von der Redaktion getroffene Bildauswahl. Dafür standen dieser bestimmt Hunderte von Fotografien über die Naturkatastrophe zur Verfügung und so stellt sich die Frage, mit welcher Intention schliesslich gerade dieses Bild seinen Weg ins Heft gefunden hat. Denn die bewusste „Inszenierung“ des Fotos sowohl durch den Protagonisten als auch den Bildreporter lässt sich anhand folgender Punkte nachempfinden:

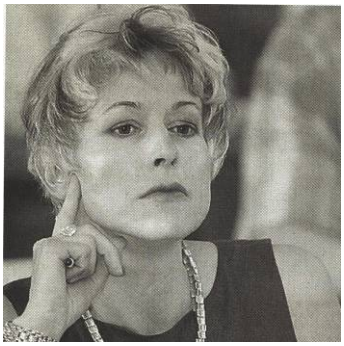
- der Auftritt per grossem und daher imponierendem Militärhelikopter,
- der Befehlsgewalt insinuierende Armee-Regenmantel (gegenüber dem farbigen Original ist in der s/w-Reproduktion sein Tarnfarbenmuster nur schlecht zu erkennen),
- die als Befehlsempfänger des Bundespräsidenten wirkenden lokalen Honoratioren,
- die „freie Gasse“ die wie in einer Theaterinszenierung geöffnet wird, um den Blick auf den Verteidigungsminister im visuellen Zentrum und auf das Fluggerät im Hintergrund – einem der Insignien seiner Macht über die Armee – zu lenken.

Im Gegensatz zu den Meinungen des Publikums über die „traurige Gestalt“ des Umweltministers gab es bei diesem Bild offensichtlich keine negativen Reaktionen.

Die gouvernementale PR-Aktion im Katastrophengebiet ist im – sicher unabgesprochenen – Zusammenspiel zwischen Bundespräsidenten, Fotografen und Redaktion jedenfalls geglückt. Die Vermutung liegt auf der Hand, dass der medienwirksame Auftritt des Bundespräsidenten von Spin Doctors in seinem Departement angerissen und betreut worden ist. Je nach Quelle sind in Bern zwischen 275 bis 750 Public-Relations-Experten (Barben 2006, 9) für die Kommunikation der Bundesräte mit der Öffentlichkeit und der Vermittlung ihrer Politik im Lande zuständig. Es ist ihnen gelungen, die Presse und das ebenfalls vor Ort präsente

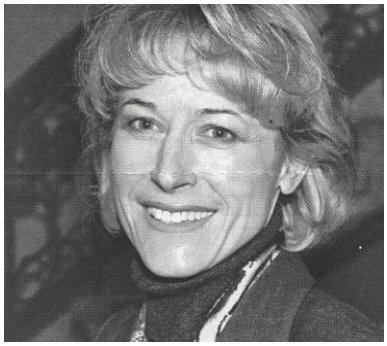
Fernsehen für die Pflege des politischen und persönlichen Images des Bundespräsidenten sowie seines Militärdepartements in der Bevölkerung zu instrumentalisieren.

Signifikant für die Wirkung, die mit der bewussten Auswahl von Bildern hervorgerufen werden kann, ist folgendes Beispiel.
Mit nur einem Tag Unterschied berichteten zwei in der gleichen Region erscheinende Zeitungen (Gerber 2002; Walthard 2002) über einen Konflikt in einer Kantonsregierung. in der sich eine Regierungsrätin mit Anklagen gegenüber ihren Kollegen in der Exekutive exponiert hatte. Die Redaktionen der Zeitungen nahmen dabei unterschiedlich Partei für resp. gegen die einzige Frau im Regierungsrat, was sich auch in der Wahl des jeweiligen Porträts manifestierte, mit dem die Magistratin abgebildet wurde. Wie entscheidend die jeweilige Bildwahl für den subjektiven Eindruck über eine Person ist, zeigt ein kleiner Test, den ich mit Studierenden der PH der Fachhochschule Nordwestschweiz durchgeführt habe. In unabhängigen Gruppen hatten sie den Auftrag, mit individuell formulierten Adjektiven die Wirkung zu beschreiben, die die – ihnen mit ganz wenigen Ausnahmen nicht bekannte – abgebildete Person auf sie macht. Von total 68 unterschiedlichen Adjektiven wurden folgende am häufigsten genannt (Reihenfolge nach Anzahl der Nennungen):



Basler Zeitung 24.07.02

- arrogant
- nachdenklich
- distanziert
- ernst
- hochnäsig
- unsympathisch
- abwesend
- traurig
- konzentriert



Basellandschaftliche Zeitung 25.07.02

- freundlich
- offen
- nett
- sympathisch
- herzlich
- liebenswürdig
- fröhlich
- liebevoll
- aufgeschlossen

Eine Nennung („unsicher“) wurde einmal für beide Bilder gemacht, sonst gab es keine einzige Übereinstimmung in der subjektiven Bewertung der gleichen Person!

Bildtexter machen Geschichte: Kommentierung

Wie eingangs dieses Beitrags erwähnt, existiert keine verbindliche Semiotik des Bildes. Das blosse Erkennen des Ab-Bilds muss vom Rezipienten interpretiert, mit Bedeutung geladen und in einen für ihn nachvollziehbaren Zusammenhang gestellt werden. Erst dann kann es zur „Nachricht“ werden (Röhl o.J., 2). Zur Interpretation eines Bildes ist daher häufig die Bild-Text-Kombination von entscheidender Be-Deutung, oder mit anderen Worten: Die einem Bild unterlegte Legende leitet seine kognitive Interpretation, indem auf dem Bild das wahrgenommen wird, was der Text suggeriert.

Das lässt sich am Beispiel einer 1997 in zahlreichen schweizerischen Printmedien veröffentlichten Fotografie belegen, welche die öffentliche Meinung damals stark beeinflusst hatte. Das Bild gelangte auf dem Höhepunkt der Diskussion um die schweizerische Flüchtlingspolitik während des Zweiten Weltkriegs an die Öffentlichkeit und wurde ihr als „erschüttendes Dokument“ (Titel im BRÜCKENBAUER, 1997) präsentiert. Im Hinblick auf die seitens der Politik bei der Bevölkerung angestrebte Akzeptanz der später tatsächlich erfolgten schweizerischen Zahlungen in der Höhe von rund 2'000 Millionen Franken an Holocaustopfer war das Bild innenpolitisch hochbrisant.

Bild Emil Lüthard

Der Inhalt der Bildlegenden (zit. nach SCHWEIZERZEIT 1997) zu dieser Fotografie war in den verschiedenen Presseorganen inhaltlich ziemlich übereinstimmend:

- BLICK (Auflage: 255’000): „Das Boot ist voll: Jüdische Flüchtlinge bitten im Zweiten Weltkrieg an der Schweizer Grenze um Asyl – vergebens.“
- FACTS (Auflage: 73’000): „Das Boot ist voll: Flüchtlinge bitten über den Stacheldraht hinweg vergeblich um Asyl.“
- BRÜCKENBAUER (Auflage: 1'658’000): „Flüchtlinge von drüben stehen Armeevertretern, durch den Stacheldraht getrennt, gegenüber. Mehr als 30'000 meist jüdische Flüchtlinge wurden im Zweiten Weltkrieg an unserer Grenze zurückgewiesen.“
- SCHWEIZER ILLUSTRIERTE (Auflage: 232’000): „Schweizer Grenze im Zweiten Weltkrieg: Menschen in Todesangst bitten über den Stacheldraht um Asyl. Umsonst. Das Boot ist voll.“

Entsprechend schuldbewusst, empört und betroffen über die schweizerische Flüchtlingspolitik reagierte die Öffentlichkeit auf dieses Bild, was sich in entsprechenden Leserreaktionen ausdrückte (BRÜCKENBAUER 1997). Nun ist aus historischer Sicht unbestritten, dass während des Zweiten Weltkriegs einige Tausend Asylsuchende an der Schweizer Grenze zurückgewiesen worden sind. Die millionenfach wiedergegebene Fotografie aber taugt nicht als Bildbeweis für diese traurige Tatsache: Einer der abgebildeten Militärangehörigen informierte die Medien über den genauen Ort und das Datum der Aufnahme und legte entsprechendes Beweismaterial vor (SCHWEIZERZEIT 1997). Demnach entstand die Fotografie nicht 1942, wie z.B. vom BRÜCKENBAUER völlig frei erfunden behauptet, sondern im April 1945, als die Kampfhandlungen im süddeutschen Raum schon seit Wochen beendet waren. Die jenseits des Stacheldrahts abgebildeten Männer sind denn auch befreite Zwangsarbeiter und Kriegsgefangene aus deutschen Lagern neben einem Zollübergang an der Grenze zu Deutschland. Entsprechende Berichtigungen publizierten einzig FACTS und BRÜCKENBAUER. Dazu merkte die mit über 1,6 Millionen Exemplaren auflagenstärkste Publikumszeitschrift der Schweiz an, „in der Bildlegende ist einzig die Jahreszahl unrichtig – das Foto ist tatsächlich 1945 ent-

standen“ (BRÜCKENBAUER 1997). Die Hauptaussage der Bildlegende, die Zurückweisung jüdischer Flüchtlinge, wird in der „Richtigstellung“ hingegen nochmals wiederholt, obwohl die Fotografie inhaltlich damit keinen Zusammenhang aufweist.

Die Realität ist virtuell: Digitale Bildbearbeitung

Die nachträgliche Verfälschung von Fotos durch Retuschieren der Negative, durch Kolorieren, durch Montage, Abdunkeln oder Aufhellen von Bildteilen, Kopieren und Einsetzen einzelner Bildelemente (Cloning) sowie durch weitere „analoge“ Eingriffe, machen im wesentlichen das aus, was landläufig unter „Bildmanipulation“ verstanden wird. Die Beispiele, die sich über 150 Jahre hinweg nachweisen lassen, sind unzählig: Viele davon sind in der bekannten Literatur (Haus der Geschichte der BRD: „Bilder, die lügen“ 2003[3]; Jaubert : „Fotos, die lügen“ 1989; sowie: Kirschenmann/Wagner 2006; Müller-Pohle 1988.; Sachsse 1988) aufgeführt und auch im Internet (www.rhetorik.ch; www.photoshop-weblog.de) jederzeit abrufbar. Ich verzichte daher hier auf die Wiedergabe von allgemein bekannten „klassischen“ Bildmanipulationen, die in die Hunderte gehen.

Mit der Entwicklung und massenhaften Verbreitung digitaler Bildbearbeitungsprogramme ist selbst Amateuren jede Art der nachträglichen Veränderung von Fotos möglich geworden. Erst recht werden diese Programme von professionellen Anwendern täglich genutzt. Dass auf den Titelseiten von Magazinen Prinzessinnen per Photoshop Babys in den Arm gelegt oder Stars aus unterschiedlichen Aufnahmen zusammen auf ein Bild gebracht werden (Vonarburg 2007), gehört mittlerweile zum Allgemeinwissen und ist in der Yellowpress gängige und akzeptierte Praxis. Öffentlich thematisiert werden digitale Retuschen oder Montagen allenfalls noch, wenn sie einen politischen Aussagewert haben, wie die Beispiele aus dem Libanonkrieg im August 2006 zeigen. Damals haben sogar so renommierte Nachrichtenagenturen wie REUTERS weltweit Fotos verbreitet, auf denen Rauchsäulen über Beirut oder Leuchtraketen in Bilder hineinkopiert waren (TAGES-ANZEIGER 2006). Die Diskussionen um „echt“ oder „Fake“ entzündeten sich erneut am „Pressebild des Jahres 2006“ des Fotoreporters Spencer Platt, das aus 78'083 eingereichten Fotos siegreich hervorging und im Februar 2007 daher rund um die Welt publiziert worden ist. Es zeigt fünf schick angezogene junge Leute, von der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG als „Schnösel in der Trümmerlandschaft“ übertitelt, (zit. nach TAGES-ANZEIGER 2007), die auf einer scheinbar frivolen Spritztour mit einem Cabriolet durch die Trümmer von Beirut unterwegs sind. Spezialisten zweifelten auf Grund unterschiedlicher Lichtverhältnisse sowie des Standpunkts des Fotografen sofort die Echtheit des Bildes an (Lob 2007). Die Agentur bekräftigte hingegen: „Das Foto ist echt“ (Titel in: a.a.O) und die im Internet (www.pdnonline.com) veröffentlichte Recherche des Journalisten Van Langendonck (2007) scheint die Authentizität der „wahren Geschichte des roten Mini Coopers von Beirut“ (Titel im TAGES-ANZEIGER 2007) zu bestätigen.
Die Diskussion um Bildmanipulationen dreht sich heute in erster Linie um technische Fragen, darum also, wie nachträgliche Eingriffe mit Bildbearbeitungsprogrammen erkannt werden können. Dazu wurde 2007 an der Jahrestagung der Amerikanischen Vereinigung für Wissenschaftsförderung eine Software vorgestellt, mit der die digitale Bearbeitung von Fotos, wie beispielsweise das sog. Klonen, also Einsetzen von Bildteilen, erkannt werden soll (www.cs.dartmouth.edu/farid). Mag auch die Presse mit dem Titel „Computer entlarvt

Bildfälscher!“ (Vonarburg 2007) diese informationstechnologische Entwicklung begrüssen, sie wird nicht gefeit sein davor, in Zukunft noch vermehrt mit digital manipuliertem Bildmaterial konfrontiert zu werden. Unter dem konstanten Druck der Quote werden die Medien solches Material selbst dann publizieren, wenn sie um seine manipulative Bearbeitung wissen.

No Dead Bodies: Die Kontrolle über die Bilder

Schon vor der Erfindung der Fotografie war es das Bestreben von Herrschern und Regierenden, eine Kontrolle über die Bilder auszuüben, die der Öffentlichkeit gezeigt werden. Schlachtendarstellungen, militärische Operationen (von Arx 2000), die in zahlreichen Geschichtsbüchern abgebildete Kaiserproklamation von 1871 in Versailles (Kirschenmann/Wagner 2006, 43) waren immer politische Ikonen, deren Funktion es war, eine bestimmte Sicht des dargestellten Ereignisses zu evozieren. Seit Fotoreporter professionell Bilder herstellen und erst recht seit Jede und Jeder die Medien mit Fotos und Filmen zu beliefern in der Lage ist, die mit dem omnipräsenten Mobiltelefon aufgenommen werden, ist die faktische Kontrolle über publizierte Bilder verloren gegangen. Die Erfahrung des Verlusts einer zentralisierten Kontrollinstanz über die Veröffentlichung von Bildern und mithin eines Verlust ihrer Macht und ihres Einflusses musste die amerikanische Regierung bereits in den Sechzigerjahren im Vietnamkrieg machen. TV-Crews brachten der amerikanischen Bevölkerung jeden Tag die Bilder ihrer verwundeten oder toten Söhne, Brüder oder Väter auf den heimischen Bildschirm. Nicht zuletzt diese Bilder waren dafür verantwortlich, dass sich die öffentliche Meinung in den USA von einer anfänglichen Befürwortung schliesslich gegen das militärische Engagement in Südostasien wendete. Daraus haben kriegführende Nationen später gelernt. Auf den britischen Schiffen, die 1982 auf die abgelegenen Falklandinseln im Südatlantik Kurs nahmen, um diese öden Eilande den Argentiniern wieder zu entreissen (Nünlist 2007), befanden sich lediglich einige handverlesene Reporter. Daher erinnert sich heute auch kein Mensch an eine Foto-Ikone aus dem Falklandkrieg. „No Dead Bodies!“ schon damals. Wenrich (2006, 79f.) weist dieses Motto allerdings bereits für 1855 nach, als die Engländer einen Fotografen in den Krimkrieg beorderten, um das dortige Geschehen aus der Sicht der Briten mit dem neuen Medium zu dokumentieren. Diese Fotos wurden indessen nie publiziert, weil sie erstmals die Schrecken eines modernen Krieges „realistisch“ darstellten, was nicht im Interesse des britischen Kriegsministeriums lag.

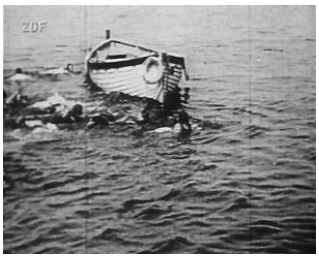
Der französische Kunsthistoriker und Kulturanalytiker Georges Didi-Huberman beschäftigt sich in seinem Essay „Bilder trotz allem“ (2007) intensiv mit der Frage, welche Bedeutung Bildern für die Erinnerung der Menschen an historischen Ereignissen zukommt. Nach ihm sind Bilder massgeblich für kollektive Erinnerungsprozesse verantwortlich, was er anhand des öffentlichen Bewusstseins über den Holocaust nachweist. Eine ähnliche These vertritt auch der englische Schriftsteller Martin Amis (2007), indem er feststellt, dass sich über die 20 Millionen Opfer Stalins weniger emotionale Betroffenheit eingestellt hat, weil es vom Gulag keine Bilder gab und die Leiden der Menschen daher im Wortsinn unvorstellbar waren. Bilder sind „Bausteine bei der Konstruktion von Geschichte“ (Basting 2007) und worüber es keine Bilder gibt, ist auch die Erinnerung der Menschen unbeständig und flüchtig.

Bilder bestimmen daher in einem hohen Ausmass die Art und Weise, in der historische Ereignisse vergegenwärtigt und interpretiert werden.

„No Dead Bodies!“ ist daher die strikte Devise, die das US-Aussenministerium im April 2004 für die Bildberichte aus dem Krieg im Irak erlassen hat (Staub 2004). Die Angestellte einer privaten Firma, die auf einem Flugplatz in den USA das Ausladen von Särgen toter Soldaten fotografiert hatte, wurde auf Druck des Pentagons entlassen, nachdem ihr Foto in der SEATTLE TIMES publiziert worden war (a.a.O.). Transportflugzeuge mit toten und verwundeten Soldaten aus dem Irak treffen in Amerika jeweils im Schutze der Dunkelheit ein. Diese Massnahmen installieren eine faktische Zensur der Regierung über die mediale Berichterstattung in Bezug auf die amerikanischen Kriegsopfer.
Für die Bilder aus dem Kriegsgeschehen selbst wirkt bei den Medienleuten eine die Zensur antizipierende „Schere im Kopf“ als Regulativ für ihre Reportagen. In der Regel gelangen zudem nur jene Reporter zu den Brennpunkten des Geschehens, deren Berichterstattungen eine regierungsfreundliche Tendenz haben. Schon im ersten Irak-Krieg 1991 sind sogenannte „embedded journalists“ tätig gewesen, die mit Unterstützung und im Schutze des Militärs ihre Bilder für die amerikanischen Medien produzierten (S3 1992/1). Ihre Aufgabe war der Aufbau des Mythos eines High-Tech-Krieges ohne (amerikanische) Leichen. Zu diesem Zweck wurden auch fiktionale Kampfhandlungen fernab der Front inszeniert und gefilmt, die dem Publikum als das angeblich reale Geschehens im Irak präsentiert wurden.
Derartige Inszenierungen sind Teil einer Strategie, in welcher von der Regierung bezahlte PR-Agenturen gezielte Desinformationskampagnen aushecken, um die öffentliche Meinung zu täuschen. Eine besonders groteske Lügengeschichte einer solchen PR-Agentur war der von allen US-Fernsehkanälen übertragene Auftritt einer angeblich kuwaitischen Säuglingsschwester im amerikanischen Kongress. Sie berichtete detailliert und unter Schluchzen, wie irakische Soldaten in einem kuwaitischen Spital Babys getötet hätten. Dieser medienwirksame Auftritt hat nachweislich und massgeblich zur Sanktionierung des ersten Irakkriegs durch das US-Parlament geführt. Tatsächlich war die „Säuglingsschwester“ die Tochter des kuwaitischen Botschafters in den USA und seit Jahren nie mehr in ihrem Heimatland (ZDF 1991). Die manipulative Auslegung von Luftaufnahmen der Geheimdienste, mit denen die amerikanische und britische Regierung der Weltöffentlichkeit das Vorhandensein angeblicher Massenvernichtungswaffen im Irak vorspiegelten, um 2003 den „präventiven“ zweiten Irakkrieg zu legitimieren, ist mittlerweile allgemein bekannt.

Ein bis heute wenig bekanntes Beispiel einer betrügerisch aufgebauten Inszenierung trug sich 1915 im ersten Weltkrieg zu. Ein deutsches Unterseeboot versenkte vor der irischen Küste das von den USA kommende britische Passagierschiff Lusitania, weil die deutsche Seite berechtigte Gründe zur Vermutung hatte, dass es – kriegsrechtwidrig – auch Munition transportierte. Dieser Torpedoangriff kostete 1198 Menschen das Leben, darunter rund hundert US-Bürgern und -Bürgerinnen. Diese menschliche Tragödie wurde von der britischen Regierung propagandistisch ausgeschlachtet, weil sie damit die USA zum Kriegseintritt bewegen wollte. Die Empörung über den Angriff auf ein Passagierschiff entstand erst richtig nach der Veröffentlichung von Filmaufnahmen, die den Bug der sinkenden Lusitania und Ertrinkende zeigten. Vom realen Untergang des Schiffes existierten keine Filmaufnahmen, aber trotzdem wurden solche einer britischen und amerikani-

schen Bevölkerung vorgeführt, die damals, nur wenige Jahre nach der Erfindung des Kinos, die lebenden Bilder noch weitgehend als Abbild der Realität verstand.



„Die letzten Augenblicke der Lusitania wurden in einem Ententeich bei London für die Filmkamera nachgestellt. In Wochenschauberichten präsentierte man die Bilder als ‚echte Dokumentaraufnahmen', um den Hass auf Deutschland weiter anzuheizen. Tatsächlich, Winston Churchill hatte schon lange auf einen solchen Vorfall gewartet. Nun hoffte er die Vereinigten Staaten zum Kriegseintritt zu bewegen. In geheimen Mitteilungen hatte er schon Monate zuvor darauf hingewiesen, wie überaus wichtig der transatlantische Handelsverkehr zwischen England und den USA sei. ‚Je mehr Schiffe uns anlaufen, desto besser', notierte er, und: ‚sollte eines davon in Schwierigkeiten geraten, noch besser.'" (Originalkommentar ZDF 2001)

Gelegentlich passiert auch das Umgekehrte: Reporter wären vor Ort, aber das Ereignis, auf das sie warten, tritt nicht ein. Ein Mitarbeiter des Schweizer Fernsehens räumte in einem selbstkritischen Essay (Schmid H. 1993) ein, wie Medienleute vor Ort ein Ereignis zu beeinflussen in der Lage sind. So hatten TV-Teams keine Skrupel, für einen Bericht über die rechtsradikale Szene in den neuen Bundesländern selber Hakenkreuze auf Hauswände zu malen oder bei einem neofaschistischen Aufmarsch in Dresden Teilnehmer mit aufmunternden Zurufen oder gar Geldzahlungen zum Hitlergruss zu veranlassen, um die „richtigen" Bilder in den Kasten zu bekommen. Eine Analogie zu solchen Machenschaften gab es auch in der Schweiz, als Fernsehmitarbeiter eine Strassenbarrikade errichteten in der Hoffnung, an diesem Ort dann die Konfrontation von Demonstrierenden mit der Polizei filmen zu können.

Das Bild als „strategisches Werkzeug": Inszenierungen von „Realität"

Am sichersten wird die Beeinflussung der öffentliche Meinung dadurch betrieben, indem die Regierenden die Informationen gleich selber produzieren oder produzieren lassen. Wie 2005 die NEW YORK TIMES enthüllte (Kilian 2005), haben mehrere Regierungsstellen in den USA Videonachrichten erstellt, die sie über bezahlte, als Reporter fungierende Agenten den Fernsehstationen zukommen liessen. Mit einem satten PR-Budget von über 200 Millionen Dollar pro Jahr werden von der Bush-Administration Informationen kreiert, um Eigenlob zu verbreiten oder über Pseudoereignisse zu rapportieren, die eigens zum Zwecke einer regierungskonformen Information inszeniert werden (Kilian 2007). In diese Kategorie fällt auch ein Beitrag, der 2004 nach dem Fall von Bagdad auch in Europa von Fernsehsendern wie der ARD (2004) ausgestrahlt worden ist. Die hier mit Screenshots sämtlicher Einstellungen dokumentierte Filmsequenz wird bildanalytisch kommentiert und in einen Zusammenhang mit anderen Bilddarstellungen gebracht.

Bild (Screenshots)	Originalton der ARD:	Kommentar / Konnotationen
	Die Kulisse ist perfekt.	Der Präsident kommt von oben, vom Himmel herab. („Vom Himmel hoch, da komm ich her.“) Die spektakuläre Landung eines Kampfflugzeugs auf einem Schiff ist eine Imponiergeste. Das mit einem rasanten Kameraschwenk verfolgte perfekte mittengenaue Aufsetzen der Maschine nötigt dem Zuschauer Respekt für die fliegerische Leistung ab.
	Von Profis geplant und umgesetzt. Ein Medienspektakel.	Helfer rennen sofort zum Flugzeug und drum herum. Als Vergleichsgrösse machen sie hier nun sichtbar, dass es sich bei der Maschine nicht um ein Personenflugzeug, sondern um einen veritablen Kampfjet handelt, wie er für Flugzeugträger gebaut wird: Die Flügel sind – in filmischer Zeit eine Sekunde nach der Landung – bereits eingeklappt.
	Unübersehbar unter dem Cockpit der Name: George W. Bush, Commander in Chief, Oberkommandierender der Weltmacht USA.	Trotz der Namensinschrift am Unterrand des Cockpits ist unklar, ob der Präsident das Flugzeug selber pilotiert hat. Die Person am Steuer ist nicht identifizierbar. Sie macht die Andeutung eines Grusses in Richtung der Kamera. Wie der Präsident aus dem Kampfjet steigt, wird nicht gezeigt.
	In der Uniform der Marinepiloten hat er sich auf den vom Golfkrieg heimkehrenden Flugzeugträger Abraham Lincoln fliegen lassen.	Er begrüsst nach der Landung in der Montur eines Jetpilots mit Handschlag Repräsentanten des Personals auf dem Flugzeugträger. Warum nur nimmt ihm niemand den Helm ab, den der Präsident auch in den nächsten Einstellungen unentwegt unter dem linken Arm mit sich herum trägt? Die Geste erinnert an den bei Feldgottesdiensten üblichen Befehl „Helm ab zum Gebet“, bei dem der Helm vorschriftgemäss am Körper zu halten ist.
	Die kalifornische Küste, nur 30 Meilen entfernt – ein Flug mit dem Hubschrauber wäre weniger aufwändig…	In Vogelperspektive sieht man, wie der Präsident über das Deck zu weiteren Personen schreitet, um auch diese zu begrüssen. Bei einer ersten Visionierung ist nicht erkenntlich, dass die Aufnahme hier mit einer leichten Zeitlupe erfolgt! Das gibt dem Gang des Präsidenten etwas gravitätisches und er scheint durch diesen Filmtrick zudem an Körpergrösse gewonnen zu haben.
	… aber die Top-Gun-Geste zählt: Der siegreiche Feldherr besucht seine Truppen.	In der klassischen Begrüssungsgeste mit der offenen Hand gegenüber einem im Bild nicht sichtbaren Publikum wird Bush von zwei Offizieren (seinen Piloten?) flankiert, die in ihren Anzügen den eigentlichen Zweck von Uniformen offenbaren: Sich durch identische äussere Merkmale vom Feind unterscheiden und zeigen, wer zusammengehört,. Eine starke Konnotation der Uniform ist das Gemeinschaftsgefühl, „ich bin einer von euch“

	Als Präsident tritt er Minuten später ans Mikrophon	Gegenüber der letzten Einstellung wurde mit einem harten Schnitt die Zeit überwunden, in der der Präsident in einen dunklen Anzug mit Krawatte gewechselt hat. Von unten her, aus einer für die Zuschauer nicht sichtbaren Öffnung im Flugzeugdeck, tritt der Präsident ans Rednerpult. Die Parallelen zu den liturgischen Vorbildern der Inszenierung sind offensichtlich: Die Kanzel mit dem Emblem der präsidialen Macht sowie...
	Im Drehbuch nicht vorgesehen, für Augenblicke zeigt George W. Bush Rührung, ist überwältigt von der historischen Bedeutung der Stunde. Doch die Botschaft, die er dann verkündet…	... die applaudierenden Personen im Hintergrund, die den Chor repräsentieren. Im buchstäblichen und übertragenen Sinne des Wortes stehen diese farblich homogen aussehenden Militärangehörigen „hinter dem Präsidenten“. Startbereite Flugzeuge mit geöffnetem Cockpitdach und der gewaltige Kommandoturm des Flugzeugträgers markieren Wehrbereitschaft.
	...und die die Mannschaft in grossen Lettern hinter ihm am Kommandoturm aufgezogen hat, ist medienwirksam wie die Kulisse, aber weit entfernt von der Realität in Irak. [Rede übersetzt und übersprochen] „Die wesentlichen Kampfhandlungen im Irak sind beendet. Die Vereinigen Staaten und ihre Verbündeten haben obsiegt. (…) In diesem Krieg haben wir für die Freiheit und den Frieden auf der Welt gekämpft. Unsere Nation und unsere Verbündeten sind stolz auf diese Leistung.“	Der Turm, seit der Antike ein zentraler Teil eines Bollwerks gegen den Feind, wird wirkungsvoll ins Bild gezoomt. „Mission accomplished“ (Auftrag erfüllt) steht auf einem am Turm befestigten Transparent. Es gemahnt an das ähnlich grosse Schriftband „Totaler Krieg - kürzester Krieg“ bei der berühmten Berliner Sportpalastrede von Nazi-Propagandaminister Joseph Goebbels im Januar 1943. Der ehemalige Jesuitenschüler hatte seine Rede choreographisch in ganz ähnlicher Manier inszeniert: Als Redner hinter einer Kanzel, flankiert von und vor Parteibonzen in Uniform. die ihm „den Rücken decken“. Wandte sich Goebbels mit seiner Rede in seinem raffiniert geschnittenen und manipulierten Film an das Publikum der deutschen Wochenschauen, so spricht G.W. Bush hier zum Millionenpublikum vor den amerikanischen Fernsehern.

Senatoren und die Geschäftsprüfungsstelle des Kongresses, das General Accounting Office, monierten im Parlament die Produktion solcher Nachrichtensendungen durch die Administration und sprachen von „einer bewussten Täuschung des amerikanischen Volkes.“ Karen Hughes, eine PR-Beraterin des Präsidenten verteidigte vor einem Kongressausschuss derartige Praktiken mit der Begründung, „die Regierung Bush verstehe Videos mit positiven Nachrichten als mächtige strategische Werkzeuge“ (Kilian 2007).

Das „mediale Jahrhundertereignis“: Vom Bildmonopol zum User-generated Content

Zu diesen Werkzeugen gehören die sogenannten Photo-Ops (Durrer 2005), mit denen Anlässe wie Bushs Flug auf den Flugzeugträger bezeichnet werden, die einzig dazu dienen, eine Plattform zu schaffen, um eine Botschaft in den Medien verbreiten zu können. Pressekonferenzen und Staatsbesuche, Statements von Parteichefs und Parteitage sind die üblichen Photo-Opportunities, also Gelegenheiten, die Medien mit Bildern zu beliefern. „Ereignisse“ werden gezielt organisiert und genutzt, um sich und seine Polit-Statements in die Presse oder ins Fernsehen zu bringen (Knieper 2006, 62). Neben der Berichterstattung über Unglücksfälle

und Katastrophen firmieren in den Tagesschauen deutschsprachiger Sender in der Regel weit mehr als die Hälfte aller innenpolitischen Nachrichten unter der Rubrik Photo-Ops. Spin Doctors entwickeln und choreografieren solche medienwirksame Anlässe als eine effiziente und kostengünstige Form, eine Meinung zu verbreiten. Die Akteure wissen um die Macht der Bilder, und so können sich erfolgreiche Politikerinnen und Politiker diesem In-Szene-Setzen nicht entziehen.

Zum Schluss sei noch das für mich eindrücklichste Beispiel genannt, mit dem die ganze Welt durch eine mediale Berichterstattung an der Nase herumgeführt und verschaukelt worden ist. Es handelt sich um den „Télé-Revolution“ genannten Putsch einer Politclique gegen den rumänischen Diktator Nicolea Ceauçescu in den letzten Tagen des Jahres 1989. Die angebliche Stürmung des Fernsehstudios in Bukarest und die scheinbare Übernahme der Fernsehberichterstattung durch das Volk wurde damals zum „atemberaubenden historischen Dokument des Jahrzehnts oder gar Jahrhunderts“ (Doelker 1989) hochstilisiert. Die ganze Welt solidarisierte sich mit den Aufständischen, die mit einer heroischen Verteidigung des Fernsehstudios gegen die Panzer der Geheimpolizei die freie Berichterstattung sicherstellten, damit das eigene Volk und die gesamte Weltöffentlichkeit über den blutigen Kampf gegen den verhassten Diktator informiert werden konnte. Die in Timisoara angerichteten Massaker mit Tausenden von Toten; das unterirdische Kanalsystem unter der Hauptstadt, von dem aus die Geheimpolizei Securitate ihre Attacken auf die Menschen unternimmt; die Flucht des Diktators mit dem Helikopter vom Dach seines Palastes; die mit den neusten Schreckensmeldungen ins TV-Studio und vor die Kamera stürmenden einfachen Soldaten; der menschliche Schutzschild vor dem Studiogebäude; das Fernsehen als Sprachrohr des nach jahrzehntelanger Unterdrückung nun befreiten Volkes: Nichts als Lüge und Inszenierung, wie sich später herausgestellt hat (Frefel 1990; Martin 1990; Mihailescu 1990; Rudolphini 1990; SCHWEIZER ILLUSTRIERTE 1990; S3 [SWF] 1992/2; 3sat 1994; Carpentier/Comanescu 2005).
Welchen Zweck verfolgten die Putschisten mit ihrer manipulierten Inszenierung der „Télé-Revolution“? Die katastrophale Versorgungslage der Bevölkerung in Rumänien führte Mitte Dezember 1989 zu Protesten der hungernden und frierenden Bevölkerung gegen das kommunistische Regime und den realitätsverneinenden Diktator. Mit der Vorspiegelung, gegen die Ceauçescus zu kämpfen, verschafften sich die neuen Führer quasi die Legitimation durch das Volk, das sich, wenige Wochen nach dem Fall der Berliner Mauer, eine Öffnung und Demokratisierung des Landes wünschte. Tatsächlich hatten die neuen Machthaber aber bereits vor dem Putsch sichergestellt, dass die Geheimpolizei auf ihrer Seite steht. Daher war auch die widerstandslose Verhaftung des Diktatoren-Ehepaars in ihrem Palast sowie seine anschliessende Hinrichtung irgendwo draussen in der Provinz eine unkomplizierte Angelegenheit von wenigen Stunden.

In der Publizistikwissenschaft und ihren Veröffentlichungen ist dieses „mediale Jahrhundertereignis“ vergleichsweise mager dokumentiert, was nicht zuletzt damit zusammenhängt, dass die Beweise für seine Inszenierung fast ausschliesslich auf dem flüchtigen Medium Fernsehen basierten. Da sich das Geschehen um die Télé-Revolution innerhalb weniger Tage abspielte, existieren sozusagen keine Fotos oder Berichte ausländischer Journalisten. In Rumänien selbst waren damals weder eine entsprechende Infrastruktur noch die Medienschaffenden für eine unabhängige Information vorhanden. Die Kontrolle der Putschisten-Kamarilla

über die Fernsehbilder ihrer „Revolution“ war total, auch wenn sich in diesem Meisterstück der Desinformation bereits von Anfang an einige Ungereimtheiten eingeschlichen hatten, die von der Welt zunächst negiert worden waren: Verdächtig war nicht nur der fehlende Ton auf den Videoaufnahmen vom kurzen Prozess gegen das Diktatoren-Ehepaar und die lückenhaften Bilder seiner hastigen Hinrichtung, welche als Ikonen des Triumphs über das Regime fast wie in einer Endlosschlaufe ausgestrahlt wurden. In höchstem Masse erstaunlich und völlig unglaubwürdig war. dass eine angeblich dem Diktator hörige Geheimpolizei, die mit – nie stattgefundenen – Massakern den Volksaufstand und mit ihren Panzern die Berichterstattung darüber bekämpfen will, nicht auf die für sie kaum schwierig zu realisierende Idee kommt, dem einzigen TV-Studio im Land, das die angeblichen „Revolutionäre“ in ihrer Hand haben, den Strom zu kappen.

Das Beispiel der possenhaften rumänischen Télé-Revolution macht die seither eingetretenen Änderungen in der Übermittlung visueller Informationen anschaulich: Die zwischenzeitlich erfolgte technologische Entwicklung digitaler Kommunikationsmittel würde einen derartigen Betrug heute unmöglich machen. Das Internet und die mit den Mobiltelefonen von jedermann zu bewerkstelligenden Foto- und Filmaufnahmen hätten ihn schnell aufgedeckt und der Welt präsentiert. Die Verbreitung dieser neuen interaktiven Medien führt dazu, dass die etablierten Massenmedien das Publikum als Zulieferer von Material ermuntern (Kopp/Schönhagen 2007). Der sowohl in den publizistischen Medien als auch in unzähligen Internetforen veröffentlichte „User-generated Content“ verändert die Distribution und die Inhalte von verbalen und visuellen Informationen in einem nie da gewesenen Ausmass. Als Beispiel dafür mag die mediale Berichterstattung über den Bombenanschlag in der Londoner U-Bahn im Juli 2005 gelten. Die einzigen von der Situation nach der Explosion vorhandenen und nachträglich weltweit veröffentlichten Bilder waren jene, die ein überlebender Passagier mit seiner Handykamera aufgenommen hatte.
So sehen wir uns im Bereich der medialen Bildübermittlung zwei im Grunde gegenläufigen Tendenzen gegenüber: Auf der einen Seite werden „dank“ des Einsatzes von immer leistungsfähigeren Bildbearbeitungsprogrammen und als Folge der zunehmend ausgeklügelten PR-Strategien von Spin Doctors die Methoden der Manipulation raffinierter und schwerer durchschaubar. Auf der anderen Seite bildet die allgemein verbreitete Verfügungsgewalt über die Bilderproduktion mittels billiger digitaler Aufnahmegeräte ein quasi demokratisches Korrektiv zu den Manipulationsversuchen der öffentlichen Medien. Der Fall der entlassenen Flughafenangestellten, die Fotos von Särgen toter amerikanischer Soldaten gemacht hatte, ist letztlich ein hilfloses Rückzugsgefecht des Anspruchs, eine Kontrolle über die veröffentlichten Bilder auszuüben. Die von den Boulevardmedien regelmässig publizierten Aufrufe an Leserinnen und Leser, ihnen als sog. Mobile-Reporter „Bilder und Videos von spektakulären, bewegenden oder kuriosen Ereignissen“ auf ihre Websites hochzuladen (20Minuten, 2007), bedeutet selbstverständlich nicht, auf diese Weise durchwegs unmanipulierte Bilder in den medialen Informationsfluss einzuschleusen. Zudem werden Amateurbilder mit einer politischen Relevanz die Ausnahme bleiben. Dennoch werden wir Rezipienten uns in Zukunft noch häufiger mit den sich zunehmend stärker ausformenden Gegensätzen in der Entwicklung von einerseits „offiziellen“ und andererseits „unkontrollierbaren“ Bildproduktionen konfrontiert sehen.

Arnold Fröhlich

Bibliographie

Nicht namentlich gekennzeichnete Artikel und Bilder aus Zeitungen und Zeitschriften sind unter dem Titel des betreffenden Organs bibliographiert. Die im Text wiedergegebenen Auflagenzahlen wurden im April 2007 erhoben.

- Amis Martin (2007) Koba der Schreckliche, Hanser Verlag, , zit. nach: Die Weltwoche, Nr. 38/07
- Ankowitsch Christian (2006), Warum log die Kirche? Warum log Helmut Kohl?, in: NZZ Folio Nr. 08/06, Verlag Neue Zürcher Zeitung, Zürich
- ARD (2004), Auftrag ausgeführt - Der Präsident, das Öl, die Amigos, 28.04.2004
- Barben Judith (2006), Spin doctors in der Schweiz - Das Bundeshaus, die grösste Schweizer PR-Agentur, Vorab-Sonderdruck, J. Barben, Hüttwilen
- Basting Barbara (2007), Kann und soll man historischen Fotografien trauen? in: Tages-Anzeiger 07.08.2007, Zürich
- Berger John (1974), Sehen - Das Bild der Welt in der Bilderwelt, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg
- Bichsel Peter (2007), Man muss sie gesehen haben, in: prospektiv Nr. 1/07, Zürich
- Blick (1995), 25.04.1995, Ringier AG, Zürich
- Brückenbauer (1997), Erschütterndes Dokument - Bild der Woche, in: Wir Brückenbauer 26.03.1997, Zürich
- Carpentier Stéphane / Comanescu Iulian (2005), Was ich tat, hat nichts gebracht - der Mann der Ceauçescu tötete, in: TELE Nr. 01/05, Ringier Verlag Zürich
- Deichmann Thomas (1997), Bilder, sagt man, lügen nicht - oder vielleicht doch?, in: Die Weltwoche Nr. 2/1997, Zürich
- Didi-Huberman Georges (2007), Bilder trotz allem, Werner Fink Verlag, München
- Diederich Rainer / Grüblin Richard (1977[3]), Unter die Schere mit den Geiern - Politische Fotomontage in der Bundesrepublik und Westberlin, Elefantenpress Verlag GmbH, Berlin und Hamburg
- Die Weltwoche (2005), Nr. 44/2005, Zürich
- Doelker Christian (1989), Das TV-Studio als Revolutionszentrale - Wegwerfware des Journalismus wurde zum atemberaubenden historischen Dokument, in: SonntagsZeitung 31.12.1989, TA-Medien, Zürich
- Doelker Christian (2002[3]), Ein Bild ist mehr als ein Bild - Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft, Klett-Cotta, Stuttgart
- Doelker Christian (2005), media in media - Texte zur Medienpädagogik, Ausgewählte Beiträge 1975-2005, Verlag Pestalozzianum an der Pädagogischen Hochschule Zürich, Zürich
- Durrer Hans (2005), „Photo Ops“ oder Die inszenierte Wirklichkeit, in: Tages-Anzeiger 31.03.2005, Zürich
- 3sat (1994), Videogramme einer Revolution - Rekonstruktion der Revolution in Rumänien 1989, 23.12.1994
- Eigenmann Dominique (2006/1), Im Nahen Osten wird auch um die Bilder erbittert gekämpft, in: Tages-Anzeiger 02.08.2006, Zürich
- Eigenmann Dominique (2006/2), Wahrheit und Manipulation, in: Tages-Anzeiger 08.08.2006, Zürich
- Enzensberger Hans Magnus (1970), Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: Kursbuch 20, Suhrkamp verlag, Frankfurt a.M.
- eureferendum (2007), http://eureferendum.blogspot.com/2006/07/who-is-this-man.html [17.09.2007]
- Fahmi Monica / Schmid Andreas (2005), Tausend Mann und kein Befehl, in: FACTS 01.09.2005, Tamedia AG, Zürich
- Finsler Hans (1964), Das Bild der Photographie, Zeitschrift DU März 1964, Conzett und Huber, Zürich
- Frefel Astrid (1990), Temesvar - Epilog zu einer gestohlenen Revolution, in: Tages-Anzeiger 11.05.1990, Zürich
- Friedrich Ernst (1984[16]), Krieg dem Kriege! (1924), Reprint Zweitausendeins, Frankfurt a.M.
- Gerber Thomas (2002), Solothurner Regierungsrätin redet sich in die Isolation, in: Basler Zeitung 24.07.2002, Verlag Basler Zeitung, Basel
- Haus der Geschichte der BRD (Hg.) (2003[3]), Bilder, die lügen, Bundeszentrale für politische Bildung, Bouvier Verlag, Bonn
- Holtfreter Jürgen (1977[2]), Politische Fotomontage, Elefanten Press Galerie, Berlin (West)
- Höpker Thomas (1988), Fotojournalismus im Zeitalter des totalen Fernsehens, in: Busch Bernd / Liebelt Udo / Oeder Werner (Hg.), Fotovision - Projekt Fotografie nach 150 Jahren, Sprengel Museum Hannover

- Jaubert Alain (1989), Fotos, die lügen - Politik mit gefälschten Bildern, Frankfurt/Main: Athenäum (frz. Erstausgabe 1986)
- Kilian Martin (2005), Virtuosin der Propaganda-Orgel, in: Tages-Anzeiger 22.03.2005, Zürich
- Kilian Martin (2007), Bush beschreitet den „neuen Weg vorwärts“, in: Tages-Anzeiger 10.01.2007, Zürich
- Kirschenmann Johannes / Wagner Ernst (2006), Bilder, die die Welt bedeuten – „Ikonen“ des Bildgedächtnisses und ihre Vermittlung über Datenbanken, kopäd, München
- Knieper Thomas (2006), Geschichtsvermittlung durch Ikonen der Pressefotografie, in: Kirschenmann Johannes / Wagner Ernst, Bilder, die die Welt bedeuten – „Ikonen“ des Bildgedächtnisses und ihre Vermittlung über Datenbanken, kopäd, München
- Koetzle Hans-Michael (2002), Photo Icons – Die Geschichte hinter den Bildern, Band 2, Taschen GmbH, Köln
- Kopp Mirjam / Schönhagen Philomen (2007), Bürgerjournalismus - Bedrohung oder Ergänzung der professionellen Medien?, in: medienheft Nr. 04/07, Zürich
- Lob Gerhard (2007), Organisatoren garantieren: Das Foto ist echt, in: Basler Zeitung 19.02.2007, Verlag Basler Zeitung, Basel
- Leuthold Ruedi (2007), Mein Kuba, in: Das Magazin Nr. 17/2007, Tamedia AG Zürich
- Martin Paul (1990), Der grosse Bluff - Was in Rumänien wirklich geschah, in: ORF 2, 19.12.1990
- Mihailescu Prada (1990), TV als Wunscherfüller - Franzosen philosophieren über Rumänien-Berichte, in: Tages-Anzeiger 07.05.1990, Zürich
- Mittelland Zeitung (2007), Gerechte Kriege gibt es nicht, Mittelland Zeitung 05.01.2007, Verlag Basellandschaftliche Zeitung AG, Liestal
- Müller-Pohle Andreas (1988), Inszenierende Fotografie, in: Busch Bernd / Liebelt Udo / Oeder Werner (Hg.), Fotovision - Projekt Fotografie nach 150 Jahren, Sprengel Museum Hannover
- Muscionico Daniele, Die Nackten und die Quoten oder drei Thesen für eine Schweizer Pressofotografie, in: ssmgazette Nr. 01/2007, SSM Schweizer Syndikat Medienschaffender (Hg.), Basel
- Mutter Bettina (2006), Israel will den Medien nachhelfen, in: Tages-Anzeiger 08.08.2006, Zürich
- NZZ - Neue Zürcher Zeitung (2006), Blindgänger Ursache des Dramas von Gaza? in: NZZ 21.06.2006, Zürich
- Nünlist Christian (2007), Krieg um «ein paar eisige Felsen», in: Mittelland Zeitung 31.03.2007, Basellandschaftliche Zeitung AG, Liestal
- Osswald Franz (1998), Gralsbewegung ins falsche Licht gesetzt, in: Basellandschaftliche Zeitung 08.02.1998, Basellandschaftliche Zeitung AG, Liestal
- Paul Gerhard (2004), Bilder des Krieges, Krieg der Bilder - Die Visualisierung des modernen Krieges, Ferdinand Schöningh, Paderborn; Lizenzausgabe Verlag Neue Zürcher Zeitung, Zürich
- Pohr Adrian (2005), in: DIE Zeit 03.02.2005, zit. nach: http://www.zeit.de/2005/06/kummer [17.09.2007]
- Röhl Klaus F. (o.J.) Kommunikative Funktionen des Bildgebrauchs, Ruhr-Universität Bochum, in: /http://www.ruhr-uni-bochum.de/rsozlog/Projekte/Visuelle%20Rechtskommunikation/Funktionen.pdf [03.04.2007]
- Röll Franz Josef (1998), Mythen und Symbole in populären Medien - Der wahrnehmungsorientierte Ansatz in der Medienpädagogik, Gemeinschaftswerk der evangel. Publizistik, Frankfurt a.M.
- Rudolphini Guido (1990), Szenen der Arroganz - Über die Medien an der Revolution in Rumänien, in: Klartext Nr. 1/90, Bern
- S3 [SWF] (1992/1), Die verlorene Wirklichkeit - Der Golfkrieg und die Medien, 29.06.1992
- S3 [SWF] (1992/2), Kamera und Wirklichkeit - Rumänien 1989, 19.12.1992
- Sachsse Rolf (1988), Bild - Medium - Wirklichkeit, in: Busch Bernd / Liebelt Udo / Oeder Werner (Hg.), Fotovision - Projekt Fotografie nach 150 Jahren, Sprengel Museum Hannover
- Schapira Esther (2007), Von der Macht des Bildes und der Ohnmacht der Vernunft, in: prospektiv Nr. 1/07, Zürich
- Schmid Hansmartin (1993), Die Erschaffung der Wirklichkeit aus dem Geist ihrer Vermarktung - Beobachtungen eines Fernsehmannes, in: Die Weltwoche Nr. 26/1993, Zürich
- Schmid Jochen (2006), Anklage und Inszenierung - Bilder vom Krieg, in: Basler Zeitung 09.08.2006, Verlag Basler Zeitung, Basel
- Schmitz Thorsten (2006), Welche Wahrheit verbirgt sich hinter diesem erschütternden Bild?, in: Tages-Anzeiger 21.05.2006, Zürich
- Schweizer Illustrierte (1990), Das TV gehörte dem Volk, Schweizer Illustrierte Nr. 01/1990, Ringier Verlag, Zofingen
- Schweizerzeit (1997), Die Bild-Lüge, in: Schweizerzeit 07.03.1997, Schweizerzeit Verlags AG, Flaach
- Seibt Constantin (2006), Folio lügt, in: NZZ Folio Nr. 08/06, Verlag Neue Zürcher Zeitung, Zürich
- Siepmann Eckhard (1977), Montage: John Heartfield - Vom Club Dada zur Arbeiter-Illustrierten Zeitung, Elefanten Press Galerie, Berlin (West)

- Skov Marie (2004), Fotografie als Dokumentation – Zwischen Lüge und Wahrheit, http://www.kommwiss.fu-berlin.de/fileadmin/user_upload/infowiss/voelz/lehre/ss2004_bild/Fotografie_als_Dokumentation.pdf [17.09.2007]
- Sovjet Posters (2007), The Sergio Grigorian Collection, Prestel, München
- Staub Ignaz (2004), Pentagon verbietet Sargbilder, in: Tages-Anzeiger 24.04.2004, Zürich
- Tages-Anzeiger (2005), Heizöl verschmutzt ganze Dörfer, in: Tages-Anzeiger 27.08.2005, Zürich
- Tages-Anzeiger (2006), Bild-Manipulation im Krieg, in: Tages-Anzeiger 08.08.2006, Zürich
- Tages-Anzeiger (2007), Die wahre Geschichte des roten Mini Coopers von Beirut, in: Tages-Anzeiger 02.03.2007, Zürich
- Taheri Ahmad (1994), Parabol-Antennen als Teufelsinstrumente verdammt, in: Tages-Anzeiger 24.10.1994, Zürich
- Taheri Ahmad (1995), Der Iran verbietet «Instrumente des Teufels», in: Tages-Anzeiger 04.01.1995, Zürich
- Van Langendonck Gert (2007), Online-Ausgabe „Photo District News“, www.pdnonline.com [03.04.2007]
- Vogel Sabine (2007), Die Welt von Tom Kummer, in: Berliner Zeitung, 12.04.2007 zit. nach: http://www.blumenbar.de/blumenbar_dat/rez_sabinevogel.html [17.09.2007]
- Vonarburg Barbara (2007), Computer entlarvt Bildfälscher, in: Tages-Anzeiger 06.03.2007, Zürich
- von Arx Bernhard (2000), Beliebt ist, wer schön lügen kann - Die Manipulation von Bildern im Dienste der Macht hat Tradition, in: Die Weltwoche Nr. 31/2000, Zürich
- Vulliamy Ed (1994), Seasons in Hell, Simon & Schuster, London
- Walthard Peter (2002), Im Regierungsrat herrscht Eiszeit, in: Basellandschaftliche Zeitung 24.07.2002, Basellandschaftliche Zeitung AG, Liestal
- Wenrich Rainer (2006), No dead bodies? - Der Krieg zwischen Tagespresse und Kunst, in: Kirschenmann Johannes / Wagner Ernst, Bilder, die die Welt bedeuten – „Ikonen“ des Bildgedächtnisses und ihre Vermittlung über Datenbanken, kopäd, München
- Wikipedia, Stichwort „Fotomanipulation“, www.wikipedia.com [11.04.2007]
- Yapp Nick (1996), Camera in Conflict, The Hulton Getty Picture Collection, Könemann Verlagsgesellschaft mbH, Köln
- Youtube (2007), http://www.youtube.com/watch?v=TfFWr8hxh3I [17.09.2007],
- ZDF (1991), Die Kuwait-Falle - Medienkrieg in der Wüste, 01.08.1991
- ZDF (2001), Es begann mit einer Lüge, 08.02.2001
- Zöchbauer Franz (1975), Manipulation und Macht, Hoheneck Verlag GmbH, Hamm
- 20Minuten (2007), Werden Sie unser Mobile-Reporter, 23.08.2007, 20 Minuten AG, Basel

Bildquellen-Nachweise

S. 3	Arnold Fröhlich, 2006 (Original in Farbe)
S. 6	Basellandschaftliche Zeitung, 08.02.1998, S. 19
	Die Weltwoche, 09.01.1997, S. 4
S. 8	Tages-Anzeiger, 21.06.2006, S. 7 (Original in Farbe)
S. 9	Tages-Anzeiger, 02.08.2006, S. 6 (Original in Farbe)
S. 10	Tages-Anzeiger, 27.08.2005, S. 3 (Original in Farbe)
S. 11	FACTS, 01.09.2005, S. 16 (Original in Farbe)
S. 13	Basler Zeitung, 24.07.2002, S. 7
	Basellandschaftliche Zeitung, 25.07.2002, S. 17
S. 14	Brückenbauer, 26.03.1997, S. 79
S. 18	Screenshots aus: ZDF (2001), Es begann mit einer Lüge, 08.02.2001
S. 19-20	Screenshots aus: ARD (2004), Auftrag ausgeführt, 28.04.2004 (Original in Farbe)