



# Alles Lüge?

## Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen

*„In nur zehn Jahren wird jeder einen digitalen Film herstellen können, der zeigt, wie sie etwas tun, was sie nie getan haben; an einem Ort, der nicht existiert – und das mit einer Standardsoftware auf einem billigen Computer.“*

(David Plummer, Vizepräsident des Marktforschungsunternehmens Gartner, zit. in Kleinz 2004, S. 11)

Das Bild des „*Tourist Guy*“, dessen Foto kurz nach den Anschlägen auf das World-Trade-Center am 11. September 2001 im Internet kursierte, ist ein makaberes Beispiel für eine Bildmanipulation. Es zeigt einen Touristen, der auf der Aussichtsplattform des World-Trade-Center mit einer dicken Jacke und Wollmütze posiert, während ein Flugzeug auf den Turm zufliegt. Die Fälschung kam nicht etwa dadurch heraus, dass die Montage unprofessionell gestaltet gewesen wäre. Was nicht passte, war die Winterkleidung an diesem heißen Sommertag des 11. September. Dieses Beispiel zeigt, dass es technisch immer unkomplizierter wird, Fotos mit Programmen wie Photoshop zu bearbeiten, zu manipulieren und zu verfremden. Bildhintergründe können beliebig ausgetauscht und Gesichter verzerrt werden (vgl. Bleul 1996, von Bülow 2002, Schmidt 2003).

Grundsätzlich stellt sich im Folgenden aus einer medienethischen Perspektive die Frage, welche Formen der Manipulation es gibt, welche Motive dabei jeweils vorherrschen und wo die normativ zulässigen Grenzen der Bildbearbeitung liegen.

Täuschung und Manipulation sind zunächst Kategorien, die mit negativen Konnotationen versehen sind. Die Manipulation ist eine Form der Beeinflussung, die dies möglichst unauffällig bewerkstelligen möchte, ohne dass der Adressat es merkt. Jede bewusste Manipulation ist eine Fälschung. Für die Bildbearbeitung gilt, dass Fotos als gefälscht klassifiziert werden, die durch das absichtsvolle Hinzufügen oder Beseitigen von Bildelementen die Spuren des abgelichteten Gegenstandes verändern. Eine Fälschung wird mit der Absicht vollzogen, den Betrachter zu täuschen.

Die Bilder des „*Ungeheuer von Loch Ness*“ oder Fotos von Ufos sind dabei sicherlich die bekanntesten Beispiele für gefälschte Aufnahmen (vgl. Clayssen 1996).<sup>1</sup>

1 Doch es gibt auch weniger bekannte Beispiele für Bild- und Textfälschungen. Manuskripte von Shakespeare und Schiller sind ebenso „bearbeitet“ worden wie Gemälde von Picasso und Dürer, Druckgraphiken von Dali – Experten schätzen, dass bis zu 90 Prozent der Werke gefälscht sind –, Skulpturen von Rodin oder Gedichte von Heine. Die Eitelkeit von Schriftstellern führte dazu, dass einige, wie Karl May, ihren Lebenslauf fälschten. Eine von Winston Churchill gehaltene Rede über den Einsatz von „Blut, Arbeit, Tränen und Schweiß“ beim Einsatz gegen das Nazi-Regime im britischen Unterhaus am 4.6.1940, die dort nicht aufgezeichnet werden durfte, wurde für die US-Propaganda beim amerikanischen Kriegseintritt für deren Rundfunkstationen von einem Schauspieler

Bis heute wird behauptet, dass die Bilder von der Mondlandung der Amerikaner ebenfalls gefälscht sein sollen und der erste Schritt von Neil Armstrong im Juli 1969 nur im Fernsehstudio stattgefunden haben soll.

Die Aufnahmen der einstürzenden Hochhäuser in New York am 11. September 2001 wurden in Endlosschleifen immer und immer wieder gezeigt. Dabei waren z. T. auch die Buchstaben „LIVE“ eingeblendet, obwohl das schreckliche Ereignis bereits lange zurücklag. Die Einblendung von Musik (etwa durch einen Titel der Sängerin Enja) erzeugte zusätzliche Emotionen, die über die Wirkung der lautlosen Bilder weit hinausging.<sup>2</sup>

Im Gegensatz zum Wort wird dem Bild eine a priori eine höhere Glaubwürdigkeit zugeschrieben, da durch eine Kameraaufnahme eine gewisse Wirklichkeitsnähe suggeriert wird. Die Bildnachricht kann mit einem Blick erfasst und als authentisch akzeptiert werden. Sie orientiert sich an der Realität und wird in den meisten Fällen nicht problematisiert (vgl. Macias 1990). **Sehen und Erkennen gehen der Entwicklung des Sprachvermögens voraus. Im Rahmen der Sozialisation erfolgt durch die visuellen Wahrnehmungsoptionen die Orientierung in der Umwelt. Der Platz innerhalb der natürlichen Umwelt erfolgt durch die Eindrücke, die optisch aufgenommen werden. Dabei lassen sich die Sinne leicht täuschen, da zwischen dem, was gesehen wird, und dem, was gewusst wird, keine feststehende Beziehung herrscht.** Obwohl der Untergang der Sonne optisch wahrgenommen wird, ist die Drehung der Erde für diesen Vorgang verantwortlich und nicht die der Sonne. Es existiert also eine Diskrepanz zwischen dem Augenschein und der physikalischen Erklärung dieses Naturphänomens (vgl. Berger u. a. 1994).

Neben diesen „Sinnestäuschungen“ werden konkrete Strategien eingesetzt, um mit Hilfe von Bildern zu manipulieren oder zumindest zu beeinflussen. Dabei prägt das Fernsehen wie kein anderes Medium die Wahrnehmung der Öffentlichkeit quantitativ und qualitativ. Die meisten Informationen, die vom Menschen aufgenommen

imitiert, ohne dass auf die Fälschung hingewiesen wurde. Erst 1991 kam durch eine Stimmenanalyse heraus, dass die Rede nicht von dem britischen Premierminister stammte (vgl. Fuld 1999).

2 Aus Pietätsgründen sind in dem Spielfilm „Spider-Man“ die Bilder des World-Trade-Centers nach den Anschlägen des 11. September herausretuschiert worden (vgl. Schmid 2002).

# Alles Lüge?

## Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen

werden, stammen aus den Medien und prägen die Beurteilung der dargestellten Sachverhalte.

### Formen der Bildmanipulation

Unter einer Manipulation versteht man eine mit Täuschungsabsicht verbundene intentionale Veränderung von Informationen durch Auswahl, Zusätze oder Auslassungen. Dabei wird speziell zwischen mehreren Arten der Bildmanipulation unterschieden:

- Das Löschen von Informationen, wenn etwa ein Protagonist aus einem Originalfoto entfernt wird,
- das Einfügen von Informationen, wenn z.B. ein Künstler ein Bild seiner Person in historische Schlüsselbilder hineinmontiert,
- die Fotomontage, die unterschiedliche Bildelemente zu einem neuen Bild zusammenfügt,
- die falsche Beschriftung, die dazu führt, dass ein Bild in einen anderen Kontext gestellt wird.
- die inszenierte Fotografie, die ein arrangiertes Gruppenfoto zeigt,
- das Löschen von Informationen etwa durch Freistellung von Bildelementen,
- die Ästhetisierung von Bildelementen, etwa bei der Modofotografie,
- Fotokombinationen,
- das Einfügen von Bildelementen,
- die fehlerhafte Benennung von Bildelementen,
- die Veränderung von Ton und Schärfe etwa durch das Eindunkeln eines Gesichtes (Farbveränderung)
- die falsche Beschriftung,
- gestellte Szenen,
- digitale Bildbearbeitung

Natürlich lassen sich diese Formen auch wechselseitig miteinander kombinieren. Zusätzliche Abstufungen und Überschneidungen, auf die im Folgenden eingegangen wird, sind möglich.

Manipulationen sind grundsätzlich möglich durch:

- Licht
- Aufnahmeschnitt
- Standort
- Perspektive
- Retusche
- Kontrast
- Bildüberschrift und -unterschrift
- Gestellte Bilder
- Falsche Bildunterschriften
- Indem Bilder seitenverkehrt dargestellt werden
- Fotomontage

Dabei kann gearbeitet werden mit:

- Kombinationsbildern
- Spiegeln

- Hintergrundprojektionen
- Einkopieren
- Verzerrung
- Verwischung
- Optischer Täuschung
- Flächen einfärben
- Bildteile freistellen
- Bildteile aus anderen Bildern kopieren
- Drehen, zoomen, vergrößern, verkleinern
- Bilder, Masken und Texte positionieren
- Schablonen (vgl. Beifuß/Blume/Rauch 1984, S. 65ff.).

Unter [www.worth1000.com](http://www.worth1000.com) finden sich im Internet zahlreiche Beispiele, wo neue Bildelemente montiert worden sind. Da sitzt der ehemalige amerikanische Präsident Nixon plötzlich am Schlagzeug, Stalin hält eine elektrische Gitarre im Arm, ein Soldat hält statt einer Handgranate ein Osterei in den Händen, der Schauspieler George Clooney bekommt eine neue Frisur, Arafat und Sharon treten in einer amerikanischen Fernsehserie auf und spielen Schach u.s.w.

Im Folgenden soll ein exemplarischer Überblick über die zahlreichen Formen der Bildmanipulation von den Anfängen der Retusche bis zur digitalen Bildbearbeitung vermittelt werden. Dabei stellt sich die Frage, ab welchem Zeitpunkt ein Bild als manipuliert zu bewerten ist. Ist nicht jeder selbst gewählte Bildausschnitt bereits eine Form der Bearbeitung, die einem wie auch immer garteten Objektivitätsanspruch entgegenläuft? Und sind nicht z.B. gestellte Familienfotos weit von dem entfernt, was als authentisch klassifiziert werden kann? Ist ein gestelltes Gruppenfoto bereits eine Manipulation? Dazu im Folgenden einige Beispiele.

### Historische Retuschen

Gründe für das Verfälschen von Bildern sind vielfältiger Natur. Politiker totalitärer Systeme sahen sich legitimiert, Bilder zu manipulieren, weil sich die politischen Umstände gewandelt haben (vgl. Coy 1996).

Die politische Ikonographie des Totalitarismus hat durch das Mittel der Fälschung von Bildern also Herrschaftsansprüche dokumentiert. In den Bänden von Jaubert (1989) und King (1997) finden sich zahlreiche Beispiele, wo die Machthaber durch gezielte Bildmanipulation versucht haben, die Öffentlichkeit zu täuschen. Mit der Schere wurden ungewollte Bildteile herausgeschnitten und mit dem Pinsel wurden somit politische Gegner und unliebsame Zeitgenossen wie Trotzki in der ehemaligen Sowjetunion wegretuschiert.

Auf einem Urlaubsfoto, das Lenin mit seiner Gattin zeigt, ist ein Fernrohr zu sehen, das jedoch wie eine Waffe wirkt und daher für die offizielle Veröffentlichung des Fotos entfernt wurde.

Der italienische Diktator Mussolini ist auf einem Bild vom 29.6.1942 in Tripolis auf einem Pferd mit dem goldenen

## Alles Lüge?

Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen



Schwert des Islam abgebildet. Auf dem Original hält ein Stallknecht die Zügel des Pferdes fest. Für das offizielle Foto ist dieser Steigbügelhalter wegretuschiert worden, um nicht den Eindruck zu erzeugen, dass der Diktator eine Hilfestellung benötigt:

„Die historische Aufnahme wurde von unwichtigen Einzelheiten [...] befreit, um den Duce in seiner grandiosen Einsamkeit zu präsentieren.“ (Jaubert 1997, S. 55).<sup>3</sup>

Auch Hitler hatte offensichtlich phasenweise Probleme mit Goebbels. Auf einem offiziellen Foto mit Eva Braun und Leni Riefenstahl ist der Propagandaminister herausretuschiert worden. Zahlreiche Bilder, die Hitler beim Einüben seiner Reden, mit Brille oder in kurzen Hosen zeigten, fielen der NS-Zensur zum Opfer, da sie dem Image des Diktators wohl hätten schaden können.

### Die Fotokunst des Matthias Wähler

Der Medienkünstler Matthias Wähler hat die originelle Idee gehabt, Fotos von seiner eigenen Person in his-

<sup>3</sup> In Italien sind im übrigen im Jahr 1957 auch gefälschte Mussolini-Tagebücher aufgetaucht, die angeblich zwischen 1920 bis 1943 entstanden sein sollen. Später meldete sich der Drucker, der die Werke des „Duce“ gedruckt hatte (vgl. Mayer 1998).



torische Aufnahmen hineinzumontieren. So gesellt er sich etwa beim historischen Bild von Willy Brandt vor dem Mahnmahl des Warschauer Ghettos, das im Original am 7.12.1970 entstand, ebenfalls kniend neben den Altbundeskanzler.<sup>4</sup> Wähler ist weiterhin in einer offenen Limousine winkend neben John F. Kennedy zu sehen. Er gesellt sich zu den Beatles, frühstückt mit John Lennon und Yoko Ono und posiert neben der Filmfigur Superman sowie Vertretern des englischen Königshauses (vgl. Wähler 1994).

### Entfernung eines Protestplakates für CDU-Broschüre

Ein weiteres Beispiel für eine Bildmanipulation stellt die veränderte Fotografie der Agentur Reuters vom 14.5.1998 dar, auf der der damalige US-Präsident Bill Clinton sowie der Ex-Bundeskanzler Helmut Kohl und der ehemalige thüringische Ministerpräsident Bernhard Vogel auf einer Veranstaltung in Eisenach abgebildet sind. Die drei Politiker stehen vor einer Menschenmenge. Kohl und Clinton winken und Vogel lächelt. Ein Transparent mit der Aufschrift „Welcome to Eisenach Mr. President“ rundet das Bild ab.

Die gute Stimmung wird jedoch durch ein weiteres Transparent getrübt, auf dem der Schriftzug „Ihr habt auch in schlechten Zeiten dicke Backen“ zu lesen ist. Diese Kritik an den Politikern ist jedoch in einer von der thüringischen Landesregierung herausgegebenen Broschüre „Für den Mutigen werden Träume wahr“ wegretuschiert worden. Ausgerechnet die BILD-Zeitung macht auf die Fälschung in ihrem Bericht vom 2.6.2003 mit dem Titel „Nanu, wo ist denn das Plakat geblieben“ aufmerksam und auch die Süddeutsche Zeitung versucht ohne Erfolg beim Regierungssprecher der Landesregierung herauszubekommen,

<sup>4</sup> Über die Geste Willy Brandts wird bis heute kontrovers diskutiert. Es ist eine offene Frage, ob Brandt diesen symbolischen Ausdruck für die Medien bewusst inszeniert hat, oder ob er sich spontan dazu entschlossen hat.



# Alles Lüge?

Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen



»Neigung zu Eigentorens, CDU-Generalsekretär Laurentz Meyer präsentiert das neue CDU-Plakat »Vorsicht Falle! Rentenbetrug« (Quelle: Der SPIEGEL Nr. 5, 29. Januar 2001, S. 22; Foto: M.S. Unger)

Abbildung 16



Clemens Stroetmann und sein Plakat

Nachahmung des CDU-Plakats in Abbildung 15, Bürgermeisterwahlkampf in Hannover. (Quelle: Berliner Zeitung, 31. Januar 2001, S. 7; Foto: DPA/Rainer Jansen)

wer für die nachträgliche Bearbeitung des Bildes verantwortlich ist (vgl. Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland 1998, S. 23).



Rechts: Foto zum Besuch 2001 Clintons in Garmisch.



Verändertes Foto in der Situation für das Mägen wurde. Foto ist nicht, Hintergrund vor der Thüringer Landesregierung, 1998

Postkarte wurde jedoch ein Himmel mit Schäfchenwolken ausgewählt, der tiefblau ist, wodurch ein wesentlich sonnigerer Eindruck suggeriert wird. Zusätzlich wurden noch einige Blumen für das Motiv aufgenommen, die faktisch überhaupt nicht Bestandteil des Alexanderplatzes sind.

Auch in der Modefotografie wird gerne geschummelt. Auch Fotomodelle verfügen in der Regel nicht über einen perfekten Körper. Muttermale, Blindarmnarben und Falten verschwinden durch „digitale Haut-Plünderer“ (Clayssen 1996), die für die Fotos die Arbeit der „echten“ Schönheitschirurgen ersetzen, häufig auf den Bildern der Magazine und Werbeanzeigen. Zähne werden verschönert. Deshalb sind diese Fotos ja auch so makellos, nur leider nicht echt.

## Digitale Bildbearbeitung

Diese Beispiele plumper Fälschungen wirken im Zeitalter der digitalen Bildbearbeitung inzwischen antiquiert. Fotos und Filme haben inzwischen jeglichen Authentizitätsanspruch verloren. Es ist technisch kein Problem mehr durch digitale Technik – etwa in dem Spielfilm „Forrest

## Ästhetisierung von Bildelementen

Die Werbung legt es in der Regel darauf an, ihr Produkt ins rechte Licht zu rücken. Dabei wird gelegentlich auch zu unlauteren Mitteln gegriffen. Exemplarisch sei an dieser Stelle an eine Postkarte vom Berliner Alexanderplatz erinnert, auf deren „Verschönerung“ in einem Artikel in der „ZEIT“ mit dem Titel „Rügen wie gedruckt“ vom 24.7.2003 hingewiesen wurde. Auf dem Originalfoto ist der betongeprägte Platz zu sehen. Im Hintergrund findet sich ein hellblauer wolkenloser Himmel. Für die offizielle

## Alles Lüge?

Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen



*Gump* – den Händedruck des verstorbenen amerikanischen Präsidenten Kennedy mit dem Schauspieler Tom Hanks zu zeigen, ohne dass diese Täuschung dem Betrachter auffällt. Per Rechner wurden ihnen zusätzliche Dialogsätze in den Mund gelegt.

Durch die elektronische Bildbearbeitung in Form der digitalen Technik ist es machbar, Bilder in beliebiger Form neu zu komponieren, wobei die Veränderungen für den Betrachter nicht mehr zu erkennen ist. In diesem Film kam zudem ein Tischtennisball aus dem Rechner. Die Schauspieler simulierten ein Tischtennismatch ohne Ball. Einem Schauspieler, der einen verwundeten Soldaten darstellte, wurden die Beine digital „amputiert“.<sup>5</sup>

In dem amerikanischen Spielfilm „*In the line of fire*“ (Die zweite Chance) aus dem Jahr 1993 wurde authentisches Filmmaterial des amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes von 1992 mit Bill Clinton in die Handlung eingearbeitet (vgl. Quenau 1997). Zusätzlich wurden zwanzig Jahre alte Spielfilmszenen des Hauptdarstellers Clint Eastwood in modifizierter Form in die aktuelle Filmhandlung hineinretuschiert. Dabei bekam der Schauspieler einer „digitalen Haarschnitt“ verpasst.

Inzwischen können die „Daten“ der Körper von Schauspielern mit Hilfe der Computertechnik so eingelesen und verändert werden, dass sie im Film beliebig verändert werden können.

Auch entstehen Bilder für Spielfilme z. T. komplett im Rechner, wie z.B. der Zeichentrickfilm „*Toy Story*“ dokumentiert (vgl. Hoffmann 1997).

Inzwischen werden speziell in der Kunst und im Bereich der Computerspiele digitale „Menschen“ geschaffen, die auf den ersten Blick kaum noch von realen Personen unterschieden werden können. Dabei werden auch digitale „Sexualobjekte“ geschaffen (vgl. Wiedemann 2002).

<sup>5</sup> Beim Betrachten der Bilder von realen Opfern, etwa des letzten Golfkrieges, wo ein irakischer Junge beide Arme verlor, gelangen derartige Möglichkeiten der Bildmanipulation erneut ins Gedächtnis. Hat der Junge tatsächlich bei einem Angriff diese schweren Verwundungen erlitten oder sorgen digitale Bildbearbeitungstechniken dafür, dass ein „Opfer“ aus propagandistischen Motiven heraus der Öffentlichkeit gezeigt wird, das womöglich gar nicht verwundet ist?

### Inszenierung durch arrangierte Gruppenfotos

Gestellte Bilder finden sich in zahlreichen Zusammenhängen. Händeschüttelnde Politiker, die derartige Gesten solange wiederholen, bis auch alle Kameras die Begrüßung „im Kasten“ haben, finden sich ebenso wie Familienfotos, die für das Album inszeniert werden. Moralisch fragwürdig sind jedoch die Szenen, wo willentlich manipuliert wird. Wenn beispielsweise Skinheads von Fotografen dafür bezahlt werden, dass sie den Hitlergruß für die Kamera zeigen oder Kinder gebeten werden, sich hinter einem Stacheldrahtzaun zu positionieren, um das angebliche Kinderelend in finnischen Konzentrationslagern zu dokumentieren, ist die Grenze der zulässigen Inszenierung fraglos überschritten (vgl. Janssen 1998, S. 12).

### Werbung mit Prominenten

Seit langem nutzen prominente Künstler und Sportler die Möglichkeit, um ihre Popularität im Rahmen von Werbespots gewinnträchtig einzusetzen.

Dabei wird auf allerlei Tricks zurückgegriffen. Neben der Bekanntheit wird auf die „Verdopplung“ der Stars gesetzt um eine zusätzliche Aufmerksamkeit bei den potenziellen Kunden zu erreichen. Da erhält die Schauspielerin Anke Engelke plötzlich im Zusammenspiel mit Franz Beckerbauer bei der Werbung für einen Telefonanbieter eine Zwillingsschwester, die real nicht existiert.

Es gibt aber auch Fälle, wo längst verstorbene Politiker wie Winston Churchill in Werbeanzeigen etwa für das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ auftauchen. Sogar Ludwig Ehrhardt wirbt lange nach seinem Tod für den neuen Audi.

Erich Honecker wurde ohne sein Einverständnis als Werbeträger für die Wirtschaftswochen mit dem Spruch „Jede Fusion hat ihre Verlierer“ eingesetzt. Eine Doppelgängerin der englischen Queen wirbt mit dem Slogan „Girls, just wanna have Fun“ für ein Auto.

### Fahndungsplakate

Der ehemalige CDU-Generalsekretär Meyer hatte ein manipuliertes Plakat präsentiert, wo Bundeskanzler Schröder im Stile eines Fotos präsentiert wurde, das nach einer polizeilichen Festnahme von potentiellen Straftätern gemacht wird. Dabei sind zusätzlich die Mundwinkel des Kanzlers verändert worden. Aufgrund eines breiten öffentlichen Protestes – auch aus den Reihen der CDU – ist dieses Plakat wieder zurückgezogen worden (vgl. Müller 2003).

Die Amerikaner haben beim Kampf gegen den Terrorismus Fahndungsplakate entwickelt, auf denen u. a. Bin Laden steckbrieflich mit dem Slogan „Dead or alive“ gesucht wird. Auch Saddam Hussein wird mit einem rot unterlegten Plakat gesucht. Sein Foto ist über der Auf-



# Alles Lüge?

Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen

schrift „WANTED“ zu sehen. Insgesamt werden 25 Millionen US-Dollar für Hinweise versprochen, die zur Ergreifung des entmachteten Ex-Diktators des Iraks führen.

## Yellow-Press

Auch heute findet man gerade im Bereich der „Yellow-Press“ eine Vielzahl von Fotomontagen, die den Eindruck suggerieren sollen, dass z. B. eine Prominente ein Kind bekommen hat, obwohl sie „im richtigen Leben“ noch nicht einmal schwanger ist. Die Motive dieser „Journalisten“ für eine solch geartete Vorgehensweise sind un schwer zu erkennen. Es geht in diesem Kontext um nichts anderes als kommerzielle Verkaufsinteressen. Durch die Konkurrenz auf dem Zeitungsmarkt sind die Anbieter dieser bunten Blätter motiviert, weniger den Wahrheitsgehalt ihrer Bilder in den Vordergrund zu rücken, als vielmehr auf die potentiellen Käufer zu blicken.

Die bunten Blätter beschäftigen sich überwiegend mit dem Schicksal vom prominenten Künstlern sowie Akteuren aus den Königshäusern. Als Prinzessin Stephanie von Monaco 1992 ein Kind erwartete und sich die Schwangerschaft hinzog, haben mehrere Illustrierten (u. a. Neue Welt, die Aktuelle, Das neue Blatt, Frau mit Herz) die Prinzessin mit Hilfe von Fotomontage bereits zahlreiche Babys in den Arm gelegt. Diese besaßen dann blonde oder schwarze Haare, hatten aber eine Gemeinsamkeit: Kein Kind auf den Abbildungen war das leibliche Kind der werdenden Mutter (vgl. Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland [Hrsg.] 1998, S. 78).

## Fazit

Die zahlreichen Beispiele für unterschiedliche Ausprägungen der Bildbearbeitung dokumentieren die Vielfalt



der Möglichkeiten, visuelle Darstellungen aus den unterschiedlichsten Motiven zu verändern. Neben künstlerischen Darstellungen, die z. T. einen Aufklärungsanspruch beinhalten, existieren unterhaltsame Formen, die als „Eyecatcher“ lediglich die Aufmerksamkeit der Zeitungsleser erreichen wollen. Problematisch wird die Manipulation jedoch an dem Punkt, wenn Personen durch Verfremdungsstrategien wie Verdunkelung und Veränderung des Bildausschnitts diskreditiert werden oder ohne ihr Wissen und ihre Zustimmung in neue visuelle Zusammenhänge eingearbeitet werden. Grundsätzlich sollte jede Bildbearbeitung als solche kenntlich gemacht werden. Dies wird auch in der Richtlinie 2.2 der Publistischen Grundsätze des Deutschen Presserates gefordert. Dort heißt es: „Kann eine Illustration, insbesondere eine Photographie, beim flüchtigen Lesen als dokumentarische Abbildung aufgefasst werden, obwohl es sich um ein Symbolfoto handelt, so ist eine entsprechende Klarstellung geboten. So sind Bedarfs- oder Behelfsillustrationen (gleiches Motiv bei anderer Gelegenheit, anderes Motiv bei gleicher Gelegenheit etc.), symbolische Illustrationen (nachgestellte Szene, künstlich visualisierter Vorgang zum Text etc.), Fotomontagen oder sonstige Veränderungen deutlich wahrnehmbar in Bildlegende bzw. als Bezugstext als solche erkennbar zu machen“. (Deutscher Presserat 2003, S. 295)

Trotz dieser Vorgaben durch die Medienselbstkontrolle gibt es immer noch Interpretationsspielraum, bis zu welchem Punkt manipuliert werden darf. Die Meinungs- und Pressefreiheit kann dabei in einem Spannungsfeld stehen, wie das nachfolgende Beispiel zeigt: Die Tageszeitung DIE WELT vom 23.5.2005 hat darüber berichtet, dass der ehemalige Telekom-Chef Ron Sommer gegen die „Wirtschaftswoche“ geklagt hat. Die Zeitschrift hatte 2000 eine Fotomontage mit einem Bild des Managers veröffentlicht, auf dem der Ex-Vorstandschef auf einem bröckelnden T abgebildet wurde, das als Erkennungszeichen des Unternehmens gilt. Der Kopf von Sommer war in die Abbildung hineinmontiert worden und ist dabei zusätzlich so verändert worden, dass er etwa fünf Zentimeter länger war als in Wirklichkeit. Obwohl der Bundesgerichtshof zunächst die Klage wegen der satirischen Karikatur mit Hinweis auf die Meinungsfreiheit abgelehnt hat, hob das Bundesverfassungsgericht das Urteil wieder auf. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Klägers sei letztlich höher zu bewerten und die Manipulation sei schließlich für den Betrachter auch nicht ohne weiteres zu erkennen gewesen.

Gleichwohl sollte das Wirkungspotenzial von Bildern insgesamt nicht vergessen werden. Die Bildregie in einer politischen Talkshow etwa kann die beteiligten Gäste extrem negativ darstellen, sofern z. B. Nahaufnahmen oder Froschperspektiven ausgewählt werden. Übersprungshandlungen durch Nervosität können erbar mungslos im Bild festgehalten werden, ohne dass zusätzlich manipuliert werden muss.



## Alles Lüge?

Formen der Bildmanipulation und ihre zulässigen Grenzen

**Es scheint insgesamt unverzichtbar zu sein, die manipulative Funktion von Bildern in der medienwissenschaftlichen und -ethischen Debatte stärker zu problematisieren. Neben Kenntnissen zur Entschlüsselung von visuellen Montagen sollten in diesem Kontext die dahinter liegenden Strategien genauer analysiert werden, um deren manipulative Wirkungskraft aufzuzeigen.**

Neben den skizzierten Risiken sollte jedoch nicht das enorme Wirkungspotential von Bildern vernachlässigt werden, das durchaus didaktisch vermittelnde Optionen aufweisen kann. Eine Reihe von Hintergrundinformationen können durch eine visuelle Unterstützung gegeben werden. Innerhalb der natürlichen und medialen Lebenswelt werden Menschen permanent akustischen und visuellen Reizen ausgesetzt, die verarbeitet werden müssen. Die Rezeptionsgewohnheiten haben sich von einer schriftgeprägten Kultur zunehmend auf die visuelle Ebene hin verlagert. Es geht also nicht nur im Bereich der Lüge, Täuschung und Manipulation von Bildern um eine **Kompetenz zur Dekodierung der optischen Zeichen, die nur in einem ständigen Lernprozess im Umgang mit den visuellen Eindrücken bewerkstelligt werden kann.**

Unabhängig davon sollte über die moralischen Grenzen der zulässigen Bilddarstellung von prominenten Politikern und Künstlern nachgedacht werden. Visuelle Provokationen sind einerseits ein wichtiges Merkmal einer freien Demokratie vom Typ der Bundesrepublik Deutschland und das Zensurverbot ist ein hohes Gut. Gerade die Kunst sollte möglichst frei und unabhängig politische Missstände aufzeigen und zum Nachdenken anregen.

Die Fotomontagen von John Heartfield (1982), die in den 1930er Jahren u. a. in der Volks-Illustrierten erschienen sind, haben eine wichtige Aufklärungsfunktion übernommen, da dort z. B. in der Montage „Der Sinn des Hitlergrußes“ auf die Unterstützung Hitlers durch die Großindustrie und Hochfinanz hingewiesen wurde (vgl. Waller 1984). Auch der Künstler Klaus Staeck (1996) arbeitet mit Montagetechniken, bei denen mehrere Bilder miteinander kombiniert werden oder der Text dem Bild eine andere politische Bedeutung verleiht. Als Beispiel könnte eine Abbildung des ehemaligen Bundeskanzlers Helmut Kohl gelten, der lächelnd die Amtsurkunde zeigt, die er vom Bundespräsidenten erhalten kann. Das Bild wird durch die polemische Überschrift „Die Nulllösung“ ergänzt.

Es gibt bislang keine allgemeinverbindliche Regelung über die moralische und rechtliche Angemessenheit im Umgang mit manipulierten Bildern. Die Einzelfallprüfung, die den Kontext, den Hintergrund und die Motivation derartiger Bilder bewertet, scheint unverzichtbar zu sein. Gleichwohl sollten liberale Maßstäbe an die Veröffentlichung im Rahmen der Kunst oder der Satire angelegt werden. Nicht kenntlich gemachte Bildmanipulationen in Presseorganen sollten jedoch vermieden werden. Einen ggf. konstruktiven Ansatz, gegen Bildfälschungen vorzugehen, liefert das digitale Rechte-Management (DRM), das einerseits spezifische Informationen in die

Bilddateien in Form eines Chips oder einer Seriennummer einbetten möchte, wodurch es nur sehr schwer möglich ist, diese zu fälschen (vgl. Kleinz 2004). Auf der anderen Seite bemühen sich aber Software-Unternehmen wie Microsoft, die technischen Möglichkeiten bei der Manipulation von Digitalfotos voranzutreiben (vgl. Schrader 2005). Es bleibt abzuwarten, ob die technischen Möglichkeiten und ethischen Erfordernisse miteinander in Einklang gebracht werden können.

### Literatur:

- BERGER, J. u.a. (1994): Sehen. Das Bild in der Bilderwelt. Reinbek.
- BLEUL, Karl-Heinz (1996): Bildmanipulation mit dem PC. Augsburg.
- BÜLOW, Heinz von (2002): Spaß mit digitalen Fotos. Die besten kreativen Ideen. München.
- CLAYSSSEN, Jaques (1996): Digitale (R-) Evolution. In: Amelunxen, Hubertus v. / Iglhaut, Stefan / Rötzer, Florian (Hrsg.): Fotografie nach der Fotografie. München, S. 73–80.
- COY, Wolfgang (1996): Mit photographischen Gedächtnis. In: Amelunxen, Hubertus v. / Iglhaut, Stefan / Rötzer, Florian (Hrsg.): Fotografie nach der Fotografie. München, S. 67–72.
- Deutscher Presserat (2003): Jahrbuch 2003. Konstanz.
- FULD, Werner (1999): Lexikon der Fälschungen: Fälschungen, Lügen und Verschwörungen aus Kunst, Historie, Wissenschaft und Literatur. Frankfurt am Main.
- HEARTFIELD, John (1982): Krieg im Frieden. Fotomontagen zur Zeit 1930–1938. Frankfurt am Main.
- HOFFMANN, Kay (1997): Das dokumentarische Bild im Zeitalter der digitalen Manipulierbarkeit. In: Hoffmann, Kay (Hrsg.): Digitalisierung und dokumentarische Form. Konstanz, S. 13–28.
- HANSEN, Karl-Heinz (1998): Original und Fälschung. Ein manipuliertes Foto und seine Geschichte. In: DIE ZEIT vom 2.4.1998, S. 12.
- JAUBERT, Alain (1989): Bilder, die lügen. Politik mit gefälschten Bildern. Frankfurt am Main.
- KING, David (1997): Stalins Retuschen. Foto- und Kunstmanipulation in der Sowjetunion. Hamburg.
- KLEINZ, Torsten: Die dunkle Seite der Digitaltechnik. Manipulationen von Bildern und Filmen wird zunehmend einfacher/Kampf gegen Fälschungen als neues Geschäftsfeld. In: Frankfurter Rundschau vom 9. November 2004, S. 11.
- MAYER, Horst Friedrich (Hrsg.) (1998): Die Entenmacher. Wenn Medien in die Falle tappen. Wien und München.
- MÜLLER, Marion G. (1997): Politik mit bewegten Bildern. Wahrnehmung und Wirklichkeit der Wahlwerbung. In Sozialwissenschaftliche Information: Film und Wirklichkeit – Wirklichkeit des Films. 4/1997, S. 239–247.
- MÜLLER, Marion G. (2003): Grundlagen der visuellen Kommunikation. Konstanz
- QUEAU, Philippe (1996): Die Fotovirtualität. In: Amelunxen, Hubertus v. / Iglhaut, Stefan / Rötzer, Florian (Hrsg.): Fotografie nach der Fotografie. München, S. 111–113.
- SCHMIDT, Katja (2002): Falsches Feuer. In: DIE ZEIT vom 4.7.2002, S. 28.
- SCHMIDT, Udo (2003): Digital-Fotografie. Poing.
- SCHRADER, Christopher (2005): Bilder, schöner als die Wirklichkeit. Wie Microsoft die Manipulation von Digitalfotos erleichtern will. In: Süddeutsche Zeitung vom 22. Juni 2005, S. 11.
- STAECK, Klaus (1996): Standort Deutschland. Plakate. Göttingen.
- Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.) (1998): X für U. Bilder, die lügen. Bonn.
- WÄHNER, Matthias (1994): Mann ohne Eigenschaften. Man without qualities. München.
- WALLER, Klaus (1984): Fotografie zwischen Aufklärung und Manipulation. Weinheim und Basel.
- WIEDEMANN, Julius (2002): Digital Beauties. 2D and 3D digital models, Köln.

**Dr. Christian Schicha** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Neuere deutsche Literatur und Medien im Fachgebiet Medienwissenschaft an der Universität Marburg