

action press - zur Rolle des Bildes

Von WELT-Autor Thomas Kielinger, 2. September 2021

Im Jahre 1865 erschien in London ein Kinderbuch des Autors Lewis Carroll, „Alice in Wonderland“, und dies waren seine ersten Sätze: „Alice war es allmählich leid, neben ihrer Schwester am Bachufer stillzusitzen und nichts zu tun; denn sie hatte wohl ein- oder zweimal einen Blick in das Buch geworfen, in dem ihre Schwester las, aber nirgends waren darin Bilder oder Unterhaltungen abgedruckt – ‚und was für einen Zweck haben schließlich Bücher‘, sagte sich Alice, ‚in denen überhaupt keine Bilder und Unterhaltungen vorkommen?‘“

Was für eine Eröffnung eines Kinderbuches – der kulturelle Zusammenhang der menschlichen Familie auf einen Begriff gebracht: Bilder und Konversation! Wie wunderbar der Autor im Denken des kleinen Mädchens ganz ohne intellektuelle Bemühung eine Grundlage der Zivilisation zur Sprache bringt. Das Bild ist der Spiegel unserer Existenz, die Unterhaltung der Fluss des Lebens. Ja, man kann einen Schritt weiter gehen und sagen: Das Bild ist die Konversation des Menschen mit seiner Welt, und das reproduzierbare Foto macht ihm diese Welt in ihren vielfältigen Veränderungen vertraut. Vom Holzschnitt und der Grafik im Mittelalter, vom Kupferstich über die Radierung, von der Lithographie über die Daguerreotypie bis zur modernen Fotografie: Immer bewegte sich das Auge entlang der technischen Möglichkeiten, um Bild und Bilderwelt inniger zu umarmen und sich anzueignen.

Wobei die Helden unserer Geschichte, die Fotografen, den Malern gegenüber anfänglich ein schlechtes Gewissen hatten bei dem Gedanken, sich von der Idee des Porträts als eines Objekts der Malerei zu verabschieden. Edward Steichen zum Beispiel, ein Großer der frühen Fotokunst, fotografierte sich 1902 in der Pose eines Malers mit Palette und Pinsel, wobei er dem Abzug mit manuellen Eingriffen – dem sogenannten „Gummidruck-Verfahren“ – ein Dämmerlicht verlieh, mit intendierten Unschärfen, die das Ergebnis wie zwischen Foto und Gemälde schwanken ließen. Nicht umsonst sprechen wir von diesen und ähnlichen Versuchen aus jener Frühzeit als der Ära des „Piktorialismus“.

Tatsächlich ist die jeweilige Verbesserung der Abbildtechnik bis zum heutigen massenhaften Downloaden per Smartphone von den Zeitgenossen nicht immer nur begrüßt worden. Als die Einmaligkeit von Gemälden Konkurrenz erhielt durch die Erfindung der Fotografie, traf der dänische Philosoph Søren Kierkegaard eine säuerliche Vorhersage: „Mithilfe der Daguerreotypie wird jetzt jeder sein eigenes Porträt von sich anfertigen lassen, was früher nur der Prominenz möglich war, und außerdem geschieht es so, als würden wir alle gleich aussehen.“ Das war ein Urteil zu einer Zeit, als die frühen bräunlichen Porträt-Fotos in ihrer stereotypen Stillhaltepose durchaus den Eindruck der

Gleichartigkeit hervorriefen, was Kierkegaard in schöner Offenheit als einen Angriff auf das elitäre Prominentenporträt beschrieb.

Immer weniger aber ließ sich der demokratische Charakter der Fotografie leugnen, ihre demokratisierende Kraft, dem Einzelnen seine Einmaligkeit bewusst zu machen und aus der großen Masse des Geschehens den unverwechselbaren Moment hervorzuheben.

Ein kritischer Gedanke sei freilich an dieser Stelle hinzugefügt. Autoritäre politische Systeme, Diktaturen gar, haben schon immer ein raffiniertes Spiel mit der fotografischen Möglichkeit getrieben, den einzelnen Menschen in der Masse untergehen zu lassen. Militärparaden in Moskau, Pjöngjang oder Peking vermitteln auch heute noch das Bild der Massenhaftigkeit als einer Tapete, vor der der Leader sich in seiner dominanten, alle anderen unterdrückenden Rolle profilieren kann. Der Film „Triumph des Willens“ etwa, den Leni Riefenstahl aus Anlass des Nürnberger Reichsparteitages von 1934 inszenierte, unterstrich geradezu das magnetische Bild des Führers vor dem Hintergrund gläubiger Massen.

Zum Glück tendieren die propagandistischen Möglichkeiten der Fotografie in demokratischen Staaten weniger zu politischer Ideologie als zur kommerziellen Reklame als dem A und O ihrer Verführung. Dem kann sich der einzelne Betrachter mit mehr oder weniger Widerstand entziehen. Nicht entziehen aber können wir uns der historischen Bedeutung großer Fotoarchive wie dem der action press, mit ihren 110 Millionen Bildern und dem Zukauf der Bildagenturgruppe ddp, einem Schatz der Erfahrung, des Wissens, des Erinnerens, auf den wir in unserem bildgesättigten Leben zurückgreifen wie auf ein unverzichtbares Vademecum.

Freilich, dies bildgesättigte Leben ist vom Verfall bedroht – die Zeit untergräbt unser Bedürfnis zum Bleiben, zum Dehnen glücklicher Momente. Da kommt der Film, die Fotografie uns zu Hilfe, indem sie die Dauer ins schier Unsterbliche verlängern und zum Augenblick sagen, was Faust sich erhoffte, aber technisch noch nicht erzielte: „Verweile doch, du bist so schön.“ Die Fotografie ist das historisierende Vehikel unserer Nostalgie, sie stiftet Dauer in unserer beschränkten Lebenszeit, sie erlaubt uns, in die Vergangenheit einzutauchen wie in einen Präsenz. Insofern taugen Bildarchive auch zur Forschung, da sie Zeugnis ablegen für abgelebte Welten und ihre gelebten Werte und wir diese studieren können wie eine Gegenwart.

Wir reden heute so viel von den Celebrities, diesen Objekten der allgemeinen Vergötterung. Weiß man noch, dass etwa die Queen, ein lebendes Bild des Unerschöpflichen, zusammen mit ihrer Schwester Margaret ein Licht der Schönheit in den Trübsinn der Nachkriegsjahre warf, mit dem glücklichen

Lächeln der Königskinder? Seite-Eins-Porträts der beiden Prinzessinnen garantierten steigende Auflagen der jeweiligen Illustrierten. Als Bild-Ikone trat ihnen bald Farah Diba zur Seite, die Gattin des persischen Schahs, ehe Hollywood das Terrain der Schönheiten schließlich für sich reklamierte.

Audrey Hepburn mit Rehaue und verlängerter Zigarettenspitze in „Breakfast at Tiffany's“, Marilyn Monroe, deren Kleid sich in „The Seventh Year Itch“ unter dem Luftstoß einer New Yorker Ventilation in die Höhe bläht und die lachende Trägerin wie in einem abgekarteten Komplott erotisch decouvriert: das Wiederbetrachten stiftet über die Zeiten hinweg augenzwinkerndes Erinnern, und auch das gehört zur „Family of Man“ in ihrer bildbestimmten Loyalität zueinander.

Das Foto ist die Einsatzbereitschaft von Geschichte, wir blicken gebannt in ihre Augen, wenn wir Ronald Reagan vor der Berliner Mauer 1987 dem ersten Mann der Sowjetunion zurufen hören: „Mr. Gorbachev, tear down this wall!“ Oder wenn wir Jack Ruby am 23. November 1963 im Polizeigebäude von Dalles in Texas auf den Kennedy-Mörder Lee Harvey Oswald zustürzen sehen, wie er ihn mit einem gezielten Schuss zur Strecke bringt.

Dem Entertainment, dem Sport, den News im Allgemeinen will action press in erster Linie mit ihren überquellenden Beständen dienen. Das umschreitet zentrale Bereiche der menschlichen Familie. Im Entertainment findet der Zeitgenosse den stärksten Auslauf für sein Bedürfnis nach Ablenkung. Aber auch hier liefert uns die Neubetrachtung bestimmter Bilder die Nähe des historischen Augenblicks. Das gilt etwa durchweg von den bejubelten Auftritten der Beatles bis zu dem ikonischen Bild, wo man die „Fabulous Four“ den Fußgängerstreifen der Abbey Road überqueren sieht auf dem Weg ins Studio. Die Fama und der einmalige Moment verbinden sich, auf dem Boden des Entertainments, zu einem Augenblick der Musikgeschichte.

News hingegen sind nicht nur Zufälligkeiten, die der Vulkan des Hier und Heute in die Luft schleudert, sichtlich ohne Steuerung. Der drei Jahre alte Aylan Kurdi, der im September 2015 am Strand von Bodrum in der Türkei tot aufgefunden wurde, war wie ein Weckruf an die bildübersättigte Gegenwart, in der oft das vertrackte Knäuel der Migration als Grund angegeben wird, nicht kraftvoller einzugreifen. Das sind Bilder, die Politik machen, Gleichgültigkeiten zum Einsturz bringen. Ähnliches galt 1984 von dem Foto des annähernd zwölfjährigen afghanischen Mädchens Sharbat Gula, in einem pakistanischen Flüchtlingslager aufgenommen, das uns mit seinen seegrünen Augen noch heute anschaut wie ein Memento der menschlichen Verlassenheit schlechthin.

Den Sport mag man im Kontext des Bildhorizonts als Teil des allgemeinen Entertainments rubrizieren. Wir unterbewerten damit aber, dass auch er zu den

möglichen Aha-Erlebnissen unseres Bewusstseins gehört und der Gesellschaft historische Momente des Mitleidens und Mitfeierns zu bescheren vermag. Wer wird je Armin Hary vergessen können, wie er bei den Olympischen Spielen in Rom anno 1960 für die westdeutsche Mannschaft Gold auf der Kurzstrecke 100 Meter holte, eine Distanz, die in den Spielen danach an Jamaika oder die USA fiel wie im Dauerabonnement? Die Bilder von Bern 1954 erinnern uns jedes Mal von Neuem, wie eine gewonnene Fußballweltmeisterschaft dazu beitrug, dass die Deutschen sich wie zurückgekehrt vorkamen in den zivilisierenden Kreis des Homo ludens und seiner Höhenflüge. So wie – umgekehrt – der schultergebeugte Uwe Seeler 1966 den Rasen des Wembley Stadium verließ wie ein geschlagener Kriegsheld. Immer wieder vermag das Bild vom sportlichen Kampf uns zu faszinieren mit seiner mythischen Aura.

Ungewöhnlich, aber weitschauend ist, wie Moritz Hunzinger, neben Ulli Michel der neue CEO der action press AG, eine zusätzliche Serviceleistung des Unternehmens favorisiert, die der Nachfrage nach Bebilderung, wie sie täglich an eine Agentur mit ihren unerschöpflichen Fotomengen herangetragen wird, an entscheidender Stelle entgegenkommt. So offeriert actionpress nicht nur das jeweils gewünschte Foto, sie übernimmt auf Wunsch neben der Bildauswahl auch die Beschriftung von mehreren Seiten eines Magazins, wenn ein Thema nach Zusammengehörigkeit von Bild und Text ruft. Die Bedeutung der durchgehenden Beschriftung von Fotos hat zum ersten Mal Walter Benjamin in seinem bahnbrechenden Essay von 1935 hervorgehoben, „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit.“ Die „frei schwebende Kontemplation“ eines Bildes befriedigt manche Menschen nicht unbedingt – ihnen ist sie „nicht sehr angemessen“, schreibt Benjamin. Bilder „beunruhigen den Betrachter; er fühlt: zu ihnen muss er einen bestimmten Weg suchen. Wegweiser beginnen ihm gleichzeitig die illustrierten Zeitungen aufzustellen. In ihnen ist die Beschriftung zum ersten Mal obligat geworden.“

Es ist nur natürlich, wenn eine Bildagentur mit eigenen geschulten Redakteuren Hilfe anbietet auch bei der textlichen Gestaltung von Bildgeschichten. Das Tempo der Veränderung droht mehr und mehr Kenntnisse zuzuschütten, immer wichtiger wird daher, dass sich der erfahrene Texter findet, der die Hintergründe eines Fotos auszuleuchten weiß und damit der Bildwiedergabe ihre zukommende Treffsicherheit verleiht.

Wir begannen unseren Spaziergang durch die Welt des Bildes mit Alice, die sich gelangweilt fühlt mit einem Buch, aus dem ihre Schwester ihr vorliest – das Buch enthält ja überhaupt keine Bilder und Konversationen! Da erwacht das Mädchen plötzlich aus dem Halbschlaf seiner Langeweile, denn ein Kaninchen mit roten Augen erscheint ihm und lockt Alice hinab in das Kaninchenloch – und die Abenteuer im Wunderland heben an. Letztlich ist auch die Fotografie in ihren

besten Stücken eine Brücke zum Wunderbaren, das wir bei allen Details, aller Präzision der Wiedergabe nie aus dem Auge verlieren dürfen.

Thomas Kielinger

1940 als jüngstes von sechs Kindern in Danzig geboren, studierte Anglistik, Germanistik und Philosophie (M.A.) an den Universitäten Münster und Bochum sowie am University College Cardiff in Wales. 1970 wurde er Feuilleton-Redakteur bei der Tageszeitung „Die Welt“, die ihn später für acht Jahre als US-Korrespondenten nach Washington, D.C. schickte. Anschließend Chefredakteur der Wochenzeitung „Rheinischer Merkur“, kam er 1998 erneut zur „Welt“, diesmal als Korrespondent in London, wo er seitdem lebt und arbeitet.

Die Universitäten Cardiff und das St. Mary College, London, erhoben ihn jeweils zum Honorary Fellow, der Buckingham Palast ehrte ihn mit dem Titel eines Ehrenoffiziers des Order of the British Empire (OBE), die Bundesrepublik mit dem Verdienstkreuz Erster Klasse. Für seine journalistische Arbeit erhielt er den Theodor-Wolff-Preis sowie den Carlo-Schmid-Preis.

Kielinger ist Erfolgsautor verschiedener Bücher zur britischen Geschichte, darunter Biografien über Elizabeth II. und Elizabeth I., während seine Lebensbeschreibung Winston Churchills zu einem Bestseller geworden ist.

- https://de.wikipedia.org/wiki/Thomas_Kielinger
- https://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_Kielinger