

Handbuch des Fotojournalismus

Geschichte, Ausdrucksformen, Einsatzgebiete und Praxis

Bearbeitet von
Lars Bauernschmitt, Michael Ebert

1. Auflage 2015. Buch. XVI, 424 S. Hardcover
ISBN 978 3 89864 834 9
Format (B x L): 20 x 25 cm

[Weitere Fachgebiete > Kunst, Architektur, Design > Fotografie > Besondere Themen und Arten der Fotografie](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

LIFE



DEEPER INTO THE VIETNAM WAR

A Marine is evacuated
during patrol action
against the Vietcong

SEPPS 000 HMO2109DL51 81 01
BUCHMANS BOOKSTORE
1021 HAMILTON ST
ALLENTOWN PA 18101

JULY 2 • 1965 • 35¢

Geschichte / Kapitel 3

Die Ära der großen Bilder

Michael Ebert

3

Obwohl der Zweite Weltkrieg so umfassend fotografiert wurde wie kein Ereignis zuvor, gab es auf keiner kriegsführenden Seite eine wirklich freie Berichterstattung. Bei den Alliierten waren alle Korrespondenten wie auch heute wieder »Embedded Journalists« (siehe auch Kapitel 7, »Krieg und Krise – der Tod als ständiger Begleiter«, Seite 193–215) und unterlagen einer strengen Zensur. Im faschistischen Deutschland waren sie sogar Bestandteil von Reichswehr und SS, organisiert in den sogenannten Propagandakompanien, abgekürzt PK. Die PK-Fotografen lieferten überwiegend Bilder, die der nationalsozialistischen Ideologie entsprachen. Dementsprechend stammen praktisch alle bedeutenden Bilder des Zweiten Weltkriegs von Fotografen der Alliierten, besonders der USA. Viele spätere Stars des Mediums wie W. Eugene Smith erlebten im Zweiten Weltkrieg ihre buchstäbliche Feuerprobe. Schon etablierte Fotografen wie Robert Capa festigten ihren Ruhm.

Abb. 3-1 // linke Seite 1965 eskalierte der Krieg in Vietnam endgültig und immer mehr Reporter berichteten zumindest zeitweise aus dem fernöstlichen Land. So auch der *Life*-Fotograf Bill Eppridge, von dem dieses Cover-Foto stammt. Die Geschichte im Heft stammt von AP-Fotograf Horst Faas, der in diesem Jahr mit dem Pulitzer-Preis und der Robert-Capa-Medaille ausgezeichnet wurde.

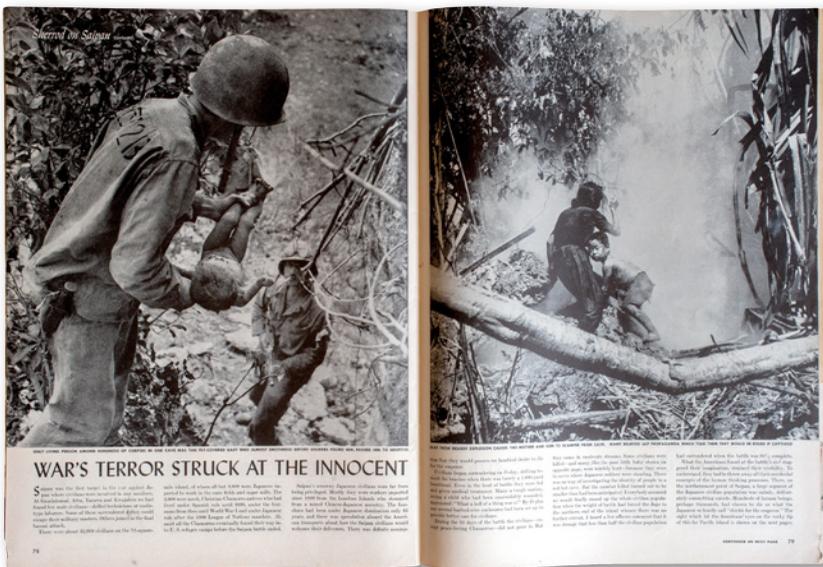


Abb. 3-2 // Auch der berühmte Fotojournalist W. Eugene Smith erlebte seine buchstäbliche Feuertaufe im Zweiten Weltkrieg. Auf Saipan fotografierte er die grauenvollen Auswirkungen der Kämpfe auf die Zivilbevölkerung. Wenig später wurde er selber schwer verwundet.



Abb. 3-3 // »Raising the Flag on Mount Suribachi, Iwo Jima« von Joe Rosenthal/AP. Ein Jahrhundertbild, von dem immer wieder fälschlich behauptet wird, es sei gestellt.

In den letzten Tagen des Zweiten Weltkriegs entstanden zwei Fotoikonen, die heute noch in praktisch jedem Geschichtsbuch zu finden sind und sich auffallend ähneln: zum einen Jewgeni Chaldej's »Hissen der roten Fahne auf dem Reichstag«, eine vom Autor unbestrittene Inszenierung, die erst Tage nach den eigentlichen Kampfhandlungen aufgenommen wurde und später auch noch umfangreiche Nachbearbeitungen erfuhr. Chaldej hatte damit nie ein Problem, er sah sich nicht als objektiven Journalisten, sondern als Propagandist mit der Kamera. Ganz im Gegenteil zu Joe Rosenthal von AP, der das andere Jahrhundertbild aufnahm: »Raising the Flag on Mount Suribachi«. Er musste zeitlebens mit dem unbegründeten Vorwurf leben, sein Foto von der Eroberung Iwo Jimas später nachgestellt zu haben. Eine Legende, die so unzerstörbar ist, wie das nach dem Bild entstandene größte Bronzedenkmal der Welt, das



»Marine Corps War Memorial« in Washington. Dabei hatte das *Life*-Magazin bereits in seiner Ausgabe vom 26. März 1945 die Geschichte ausführlich klarge stellt: Die erste Fahne war zu klein und wurde gegen eine größere getauscht. Und das passierte gerade zu dem Zeitpunkt, als Joe Rosenthal den Mount Suribachi erstiegen hatte. Rosenthal tat seinen Job, er fotografierte sechs Marines, die mühsam ein Wasserrohr hochwuchteten, an dem das Sternenbanner flatterte. Damit definierte er nicht weniger als den Archetyp der ewigen Fotoikonen, die praktisch alle im zweiten goldenen Zeitalter des Bildjournalismus entstanden sind. »Here's one for all time!«, soll AP-Bildredakteur John Bodkin ausgerufen haben, als Rosenthals Foto langsam im Entwickler erschien. Das Überbild brachte Rosenthal den Pulitzer-Preis, aber bis zu seinem Lebensende auch Neid und Verdächtigungen ein.

Abb. 3-4 // Jewgeni Chaldej's Foto vom Hissen der roten Fahne auf dem Reichstag ist dagegen eine komplette Inszenierung.



Der Zweite Weltkrieg

Danziger »Landespolizisten« und Grenzbeamte durchbrechen die polnische Grenze. Das Foto wurde für die Fotografen und Kameramänner der Propagandakompanien inszeniert.

Um einen zügigen Durchbruch sicherzustellen, war der Schlagbaum angesägt.

Foto: Hans Sönneke/PK

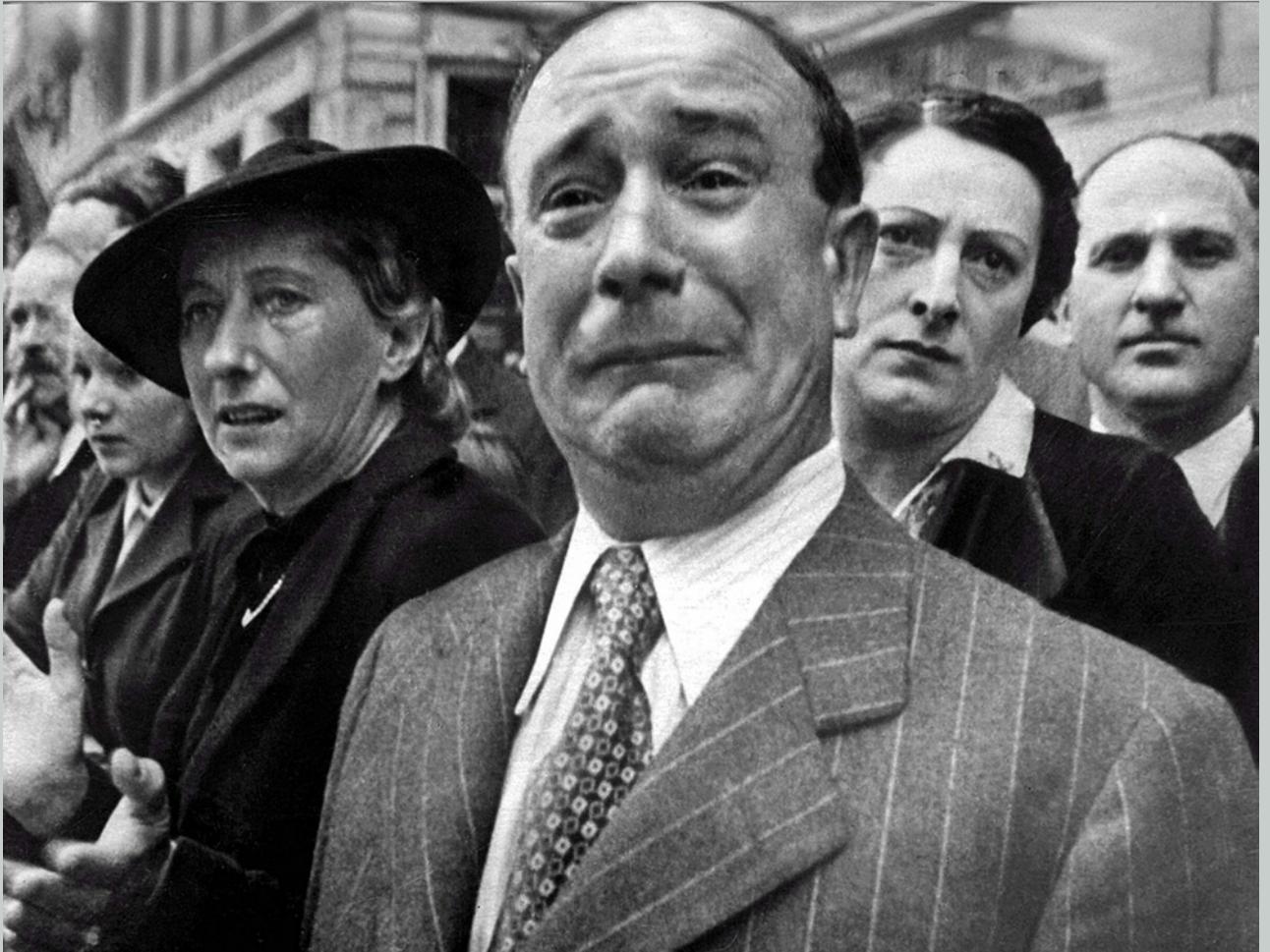
Der größte Krieg aller Zeiten war fotografisch ein Superlativ. Alle kriegführenden Mächte verfügten über gut ausgerüstete Fotoabteilungen und setzten das Medium systematisch, vor allem zu propagandistischen Zwecken ein. Besonders das national-sozialistische Deutschland verfügte über einen perfekt funktionierenden Propagandaapparat, in dem Fotografie und Film von entscheidender Bedeutung waren. Nichtsdestotrotz entstanden im Zweiten Weltkrieg aber auch erstmals Fotos, die nach ihrer Veröffentlichung eine ungeheure Wirkung entfalteten und längst in jedem Geschichtsbuch zu finden sind.



1942 hielt der sowjetische Fotojournalist Max Alpert diesen mutigen Bataillonskommandeur im Bild fest, der nur Sekunden später fiel.



Dmitri Baltermants war einer der wichtigsten sowjetischen Kriegsfotografen. 1941 dokumentierte er diesen Sturmangriff der roten Armee.



Ein Franzose weint anlässlich der deutschen Besetzung von Marseille. Der Autor dieses bewegenden Bildes von 1941 ist unbekannt.



Ängstlich und zugleich fasziniert beobachten
britische Kinder Luftkämpfe am Himmel über London.
Foto: Black Star



D-Day. Am 6. Juni 1944 landen anglo-amerikanische Streitkräfte in der Normandie. Neben Robert Capa fotografierte auch Kriegsberichterstatter Robert F. Sargent an der hart umkämpften Landezone Omaha Beach.

Humanismus als Motiv

Nach dem zweiten Weltkrieg begann das zweite, das eigentliche goldene Zeitalter des Fotojournalismus. Es wurde die Zeit der großen Magazine, der großen Geschichten und der ganz großen Bilder. Nachdem die Waffen endgültig schwiegen, bestand Hoffnung, dass nun endlich eine Zeit des Friedens und des Humanismus anbrechen würde. Das sollte sich allerdings schnell als Traum herausstellen und so wurde das zweite goldene Zeitalter des Bildjournalismus deutlich mehr geprägt von Kriegen und Konflikten als das erste in den 1930er-Jahren.

Nachdem nun mehr oder weniger Frieden herrschte, sollte die Weltsprache Fotografie dabei helfen, dass es so blieb, das war zumindest die Vision des in Luxemburg geborenen Edward Steichen, Fotokurator am New Yorker Museum of Modern Art und Fotograf. Während des Kriegs kommandierte Steichen im

Range eines Kapitäns die Fotoabteilung der US-Navy. Mit dramatisch stilisierten Bildern unterstützte er den Kampf gegen das japanische Kaiserreich nach Kräften, nun aber wollte er sein unbestrittenes Talent für den Weltfrieden einsetzen. 1951 konzipierte er seine Ausstellung »The Family of Man«. Diese sollte im Sinne der »conditio humana« zeigen, dass alle Menschen gleich sind, damit den Hass in Liebe verwandeln und die Welt besser machen. Nicht mehr und nicht weniger. Für dieses Mammut-Projekt sichtete Steichen zigtausend Fotos von Hunderten Fotografen. Als die Ausstellung 1955 endlich präsentiert wurde, sprach allerdings kaum jemand mehr vom Weltfrieden und Steichen geriet für seine Weltsicht in die Kritik, besonders der Intellektuellen. Die waren durch das raue Klima des Kalten Kriegs längst desillusioniert. Unberührt davon besuchten weltweit mehr als 10 Millionen Menschen »The Family of Man«. So trug die Ausstellung maßgeblich dazu bei, das 20. Jahrhundert endgültig zu dem der Bilder werden zu lassen. Inzwischen zum UNESCO-Weltdokumentenerbe ernannt, hat die rekonstruierte »The Family of Man« im luxemburgischen Schloss Clervaux ihre endgültige Heimat gefunden.

Der Erfolg von »The Family of Man« war zugleich der Erfolg der »Photographie humaniste«, die sich auch eine

Gruppe europäischer Fotografen zum Motto gemacht hatte: Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, David (Chim) Seymour und George Rodger. Sie gründeten 1947 die Agentur *Magnum*, die viel mehr Kollektiv als Wirtschaftsunternehmen sein

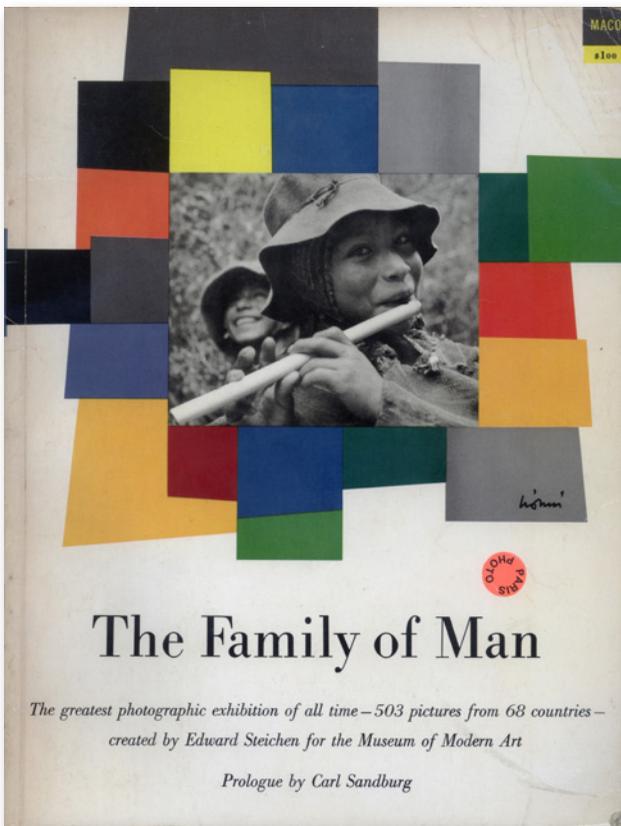


Abb. 3-5 // Der Katalog der Ausstellung *Family of Man* ist nach wie vor erhältlich.

sollte, ein Experiment, das bis heute anhält und gleichbedeutend mit der »Hall of Fame« des Fotojournalismus ist. Es ging darum, den Fotografen in einer kollegialen Gemeinschaft ein neues Selbstbewusstsein zu geben, gleichzeitig sollte aber auch ein Gegengewicht zu den dominanten Redaktionen geschaffen und die Weiterverwertung der wertvollen Bildreportagen professionalisiert werden. Capa wurde zum Motor von *Magnum*. Der gebürtige Ungar war schon lange ein Star der Szene und passte perfekt in den Zeitgeist. Ein charmanter Womanizer und Bohemien, dem es spielend gelang, talentierte junge Fotografen für *Magnum* zu gewinnen. Als erster Neueinsteiger kam im September 1948 Werner Bischof. Der Schweizer arbeitete bereits seit 1939 professionell, unter anderem für *Du*, dem 1941 gegründeten Kulturmagazin, das unbeschadet von allen Krisen der Printmedien bis heute besten Fotojournalismus druckt.

Gleich nach dem Krieg bereiste Bischof intensiv das am Boden liegende Europa, um das Leid der Menschen zu dokumentieren. Dem in der isolierten Schweiz aufgewachsenen Bischof musste das wie ein Trip in Dantes Inferno vorgekommen sein. Ein Heer von Flüchtlingen, zerbombte Städte, ein kontinentales Trauma. Diese Eindrücke ließen ihn bis zu seinem frühen Tod nicht mehr los und wurden bestimmend für sein Werk, in dem es immer um die Würde des Menschen ging. Die sah er von der »Oberflächlichkeit und Sensationsgier« der gewöhnlichen Presse oft vergessen. Das stieß den hochmoralischen Bischof zunehmend ab und er wandte sich Themen zu, die nicht im Fokus der Massenmedien lagen. Robert Capa holte auch Ernst Haas zu *Magnum*, einen jungen Österreicher, dessen anrührende Aufnahmen von Kriegsheimkehrern ihn für den exklusiven Club geradezu prädestinierten. Bei *Magnum* wurde er zu einem Pionier der Farbe, die zu diesem Zeitpunkt in der journalistischen Fotografie immer noch die Ausnahme war. Es folgten Erich Lessing, Herbert List und Erich Hartmann. Interessanterweise waren es hauptsächlich deutschsprachige Europäer, die in den ersten Jahren den legendären Ruf von *Magnum* festigten.

Neben Robert Capa prägte Henri Cartier-Bresson den Stil der Agentur wie kein Zweiter. Cartier-Bresson stammte aus einer der reichsten Familien Frankreichs. Was nicht zuletzt bedeutete, dass er im Gegensatz zu seinen Kollegen nie mit seinen Fotos Geld verdienen musste. Eine Tatsache, unter der er immer gelitten haben soll. Auch sein fotografischer Ansatz war in vielerlei Hinsicht ein anderer als der von Capa. Während Capas Credo »Wenn deine Bilder nicht gut sind, dann warst du nicht nah genug dran« lautete und er sein zweites Buch gar »Slightly out of Focus« nannte, verstand sich Cartier-Bresson als ein diskreter Beobachter, der Wert auf die perfekte Komposition und seinen sprichwörtlich gewordenen »Decisive Moment« legte. Er war mehr künstlerischer Dokumentarist als Reporter, dem Aktualität nicht so wichtig war. Lieber ließ er sich treiben und konsequenterweise wurden seine Bilder bald im Louvre

ausgestellt. Ein Privileg, das vor ihm kein anderer Fotograf genossen hatte. Trotz der künstlerischen Ausrichtung gelten seine Fotoessays aus Indien, der UdSSR und China als Höhepunkte des modernen Fotojournalismus. Die führenden Magazine widmeten ihnen lange, oft mehrteilige Bildstrecken. Von Juli bis September 1954 reiste Cartier-Bresson 9.300 Meilen durch die Sowjetunion. Das Ergebnis wurde in zwei Teilen Anfang 1955 unter dem Titel »The People of Russia« zuerst in *Life* veröffentlicht, wobei der erste, Moskau gewidmete Teil als der stärkere angesehen wird. Die rund 30 Fotografien zeigen das pralle Leben, nicht zuletzt wegen des sommerlichen Klimas, das den Bildern eine idealisierende, poetische Stimmung gibt. Ein von dem damals politisch links stehenden Cartier-Bresson vielleicht nicht ganz unbeabsichtigter Aspekt in den politisch kühlen Zeiten. *Paris Match* zog eine Woche später nach. Auch das französische Leitmagazin teilte die Geschichte auf und publizierte im Heft 305 die erste Folge von »Le Peuple Russe«. Es war eine ganz ähnliche Bildauswahl wie im *Life*, aber mit 24 Seiten deutlich großzügiger editiert. Nochmals 18 Seiten umfasste Teil 2 im nächsten Heft, der genauso erstklassig wie der erste ist. Unter dem Strich ist der französischen Fassung eindeutig der Vorzug zu geben. Nicht nur wegen des fast doppelt so großen Umfangs. Sie ist auch spannender, sinnlicher und vor allem expressiver layoutet.

Vier Jahre später ging es nach China, das damals noch mehr Terra incognita war als die UdSSR. Von dem zwanzigseitigen Bildbericht »Red China Bid for a Future«, wiederum in *Life* erschienen, sind acht Seiten vierfarbig. Das allerdings dürfte mehr dem Wunsch der amerikanischen Blattmacher geschuldet sein, als einer eigenen Initiative von Cartier-Bresson; der gab der Schwarzweißfotografie immer den Vorzug. Auf 28 Bildern sieht man ein Land im Aufbruch, bewegte Massen, die für den »großen Sprung nach vorne« fröhlich in die Hände spucken. Die Schrecken der kommenden Kulturrevolution sind noch nicht absehbar.

So unterschiedlich Capa und Cartier-Bresson sind, eines hatten sie gemeinsam. Die Arbeit in der Dunkelkammer lag ihnen nicht. Das überließen sie dem in Breslau geborenen Pierre Gassmann, der zeitgleich mit *Magnum* seine Firma PICTO gegründet hatte, die nicht nur für *Magnum* zu »notre Laboratorium«, zu »unserem Labor«, wurde. Gassmann arbeitete für eine Vielzahl berühmter Fotografen und kultivierte den Beruf des »Printers«, der sich in seinen Abzügen mit einer eigenen Interpretation einbrachte.

1954 wurde zum schwarzen Jahr für *Magnum*. Robert Capa wurde in Indochina durch eine Mine getötet und in Peru kam Werner Bischof bei einem Autounfall ums Leben. Dass zwei Jahre später in der Suez-Krise mit Chim Seymour der dritte *Magnum*-Gründer starb, verdeutlicht das Risiko dieses Berufs. Aber *Magnum* überlebte auch diese herben Verluste und wurde zu einem Markenzeichen, einer Institution, ohne die das zweite goldene Zeitalter des Bildjournalismus nicht denkbar ist. Das gilt in gleichem Maß für das amerikanische Magazin *Life*.

Life für Millionen

Seit seiner Gründung im Jahr 1936 hatte *Life* sich prächtig entwickelt und war zu einer beispiellosen Erfolgsstory geworden. Bereits nach vier Jahren erreichte die Zeitschrift Woche für Woche 20 Millionen Leser und jedes Heft war prall mit lukrativen Anzeigen gefüllt. Das bedrohliche Fernsehen startete in den USA erst 1948 verhalten und für die Werbewirtschaft waren die kleinen hektisch flimmernden Kästen noch nicht interessant.

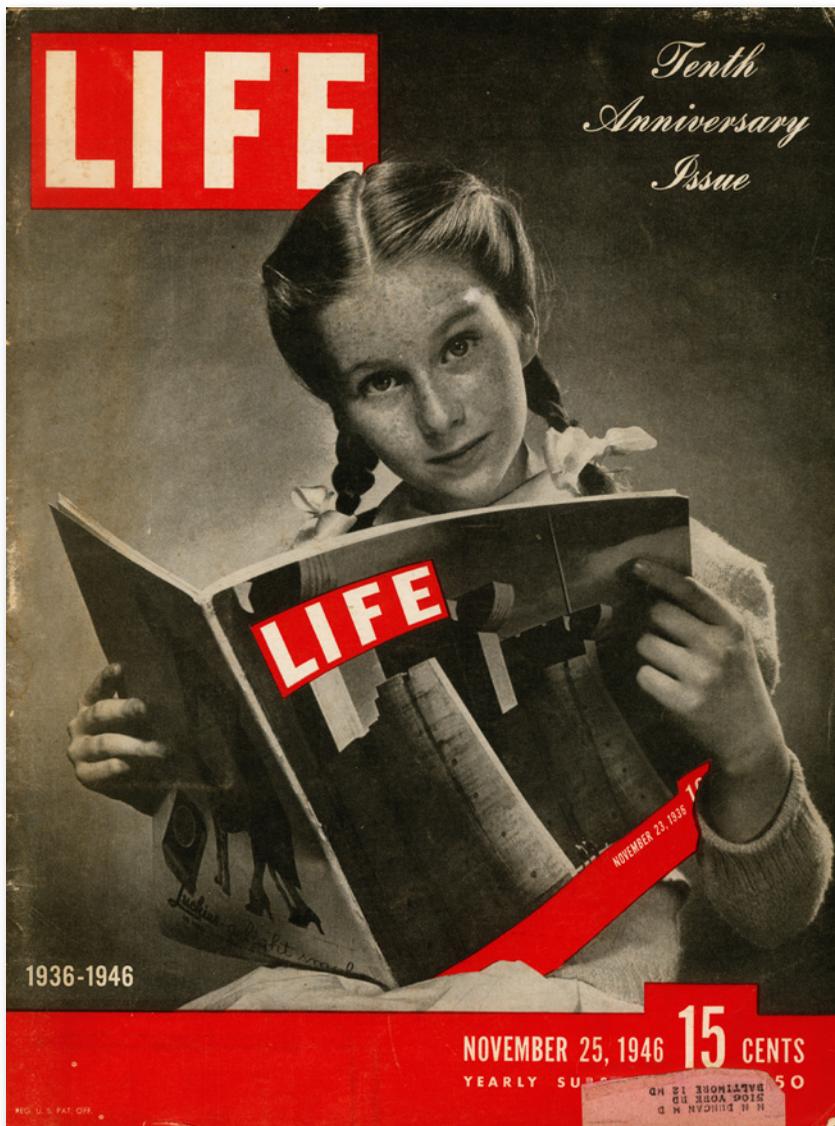


Abb. 3-6 // Zehn Jahre nach der Gründung war *Life* die erfolgreichste Zeitschrift der USA. Auf der Jubiläumsausgabe die damals 12-jährige Nancy Malone, ein erfolgreiches Nachwuchsmodell.

Schon lange arbeitete für *Life* die Elite des Mediums, viele von ihnen als hochdotierte Angestellte. Über 30 Namen finden sich Anfang 1951 im Impressum unter der Rubrik »Photo Staff«, darunter Stars wie Gordon Parks, David Douglas Duncan oder W. Eugene Smith, der mit *Life*-Geschichten wie »Country Doctor« oder »Spanish Village« den Begriff des Fotoessays definierte, auch wenn seine umfangreiche Nachbearbeitung im Labor aus heutiger Sicht Anlass zu Kritik geben würde. Seine Geschichte »Spanish Village« erschien im April 1951 auf gerade fünf Doppelseiten im *Life*. Das Essay erzählt vom Leben in Deleitosa, einem kleinen Dorf in der Extremadura, und steht in 17 sorgfältig komponierten Bildern für die Geschichte der Menschheit. Eine komplexe Symphonie von Geburt und Tod, säen und ernten, Macht und Ohnmacht. Ein zeitloses Epos, in dem sich so gut wie kein Hinweis auf die Periode seines Entstehens finden lässt. Das wohl berühmteste Bild, die ergreifende Totenwache für einen verstorbenen Dorfbewohner, hielt Smith mit lediglich zwei Belichtungen fest.

Abb. 3-7 // Die Aufbahrung eines verstorbenen Dorfbewohners, das bekannteste Bild aus W. Eugene Smith stilbildendem Fotoessay »Spanish Village«



»Ich habe noch nie ein Bild gemacht, ein gutes oder schlechtes, ohne dafür mit einem Aufruhr des Gefühls zu bezahlen«, bekannte er später, für den auch im eigenen Leben Härte und Kampf dominieren. Mit dem *Life*-Magazin zerstritt sich der eigensinnige Individualist 1955 endgültig und auch bei *Magnum* hielt er es nur ganze drei Jahre aus. Gleichwohl waren die Jahre bei *Life* die produktivsten seines Lebens und die dort veröffentlichten Reportagen begründeten Smiths enormen Einfluss auf die kommenden Fotografengenerationen.