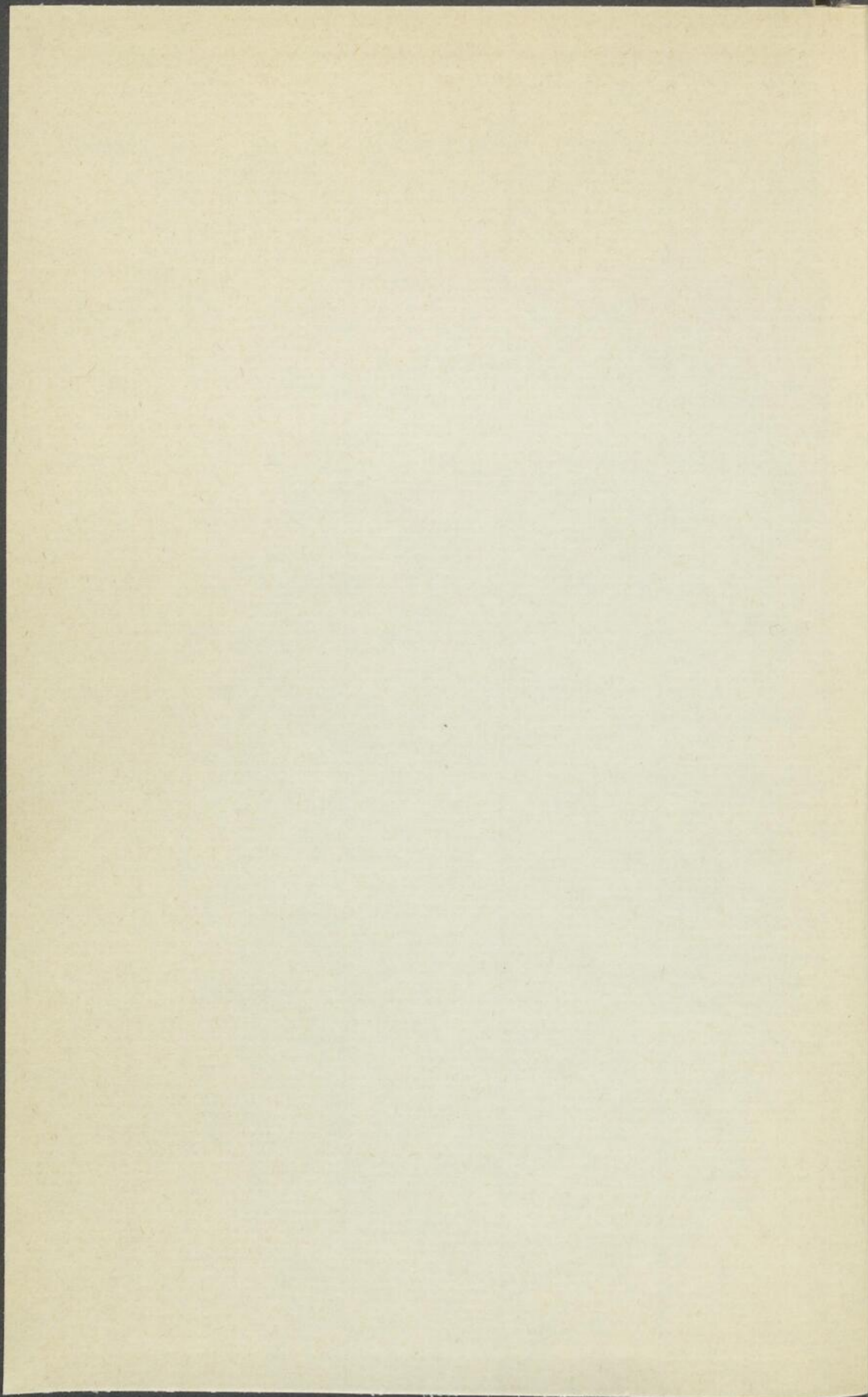


Sten



Das manipulierte Menschenbildnis

Das menschliche Geschlecht

Liselotte Strelow

Das manipulierte Menschenbildnis

oder

Die Kunst, fotogen zu sein

ECON-VERLAG GMBH · DÜSSELDORF

Zellm 10001 DAG PMA

Gestaltung von Einband und Schutzumschlag: Werner Rebhuhn, Hamburg.
Alle Fotos ohne Urhebervermerk wurden von der Verfasserin aufgenommen.



1. Auflage 1961

Copyright © 1961 by Econ-Verlag GmbH, Düsseldorf. Alle Rechte der Verbreitung - auch durch Film, Funk, Fernsehen, Fotokopie und auszugsweisen Nachdruck - sind vorbehalten. Gesetzt aus 10/12 Bodoni der Monotype-Setzmaschinenfabrik, Frankfurt.
Gesamtherstellung: Droste Verlag und Druckerei GmbH, Düsseldorf.
Printed in Germany.

20198 024128

I EINFÜHRUNG	
Warum fotogen sein?	9
Was heißt «fotogen»?	13
Was wirkt fotogen und was nicht?	17
II DIE MACHT DER MEDIEN	
Echte Werbung und geheime Verführung	25
Der Appell an die Welt	30
Das Recht am Bild	33
III BILDBETRACHTER – BILDVERBRAUCHER	
Der unsichtbare Partner	45
Bildsüchtigkeit	48
Bildmüdigkeit	53
Bildgläubigkeit	55
IV GELENKTE BILDPOLITIK	
Die eigene Bildpolitik und die der anderen	61
Die Wahl des Fotografen	77
Wovon lebt ein Porträt?	82
Wie viele Gesichter hat ein Mensch?	84
V DIE DIKTATUR DER TECHNIK	
Das Licht	89
Kameratyp und Brennweite	95
Die übertreibende Kamera	99
Die Farbwiedergabe	100

Die Bildpublizistik	102
Der Spielfilm und das gefilmte Fernsehspiel	105
Die Wochenschau	108
Das Fernsehen	112
VI DIE GELENKTE TECHNIK	
Regie und Inszenierung	121
Manipulationen im Labor	131
VII DAS MANIPULIERTE MENSCHENBILDNIS . 137	
VIII DIE KUNST, SELBST FOTOGEN ZU WERDEN	
Haltung und Selbstkontrolle	235
Ausstrahlung	243
Gesichtsausdruck	247
Das richtige Spiegeln	251
Der Mann vor der Kamera	256
Die Frau vor der Kamera	266
Das «eigene Gesicht»	296
Der «eingebaute Haken»	300
IX DAS FOTOGENE BILD DER SPIELE	
Die Bühne	305
Sport	313
X SCHLUSSWORT	
Gleiche Chancen für alle	319

EINFÜHRUNG

Warum fotogen sein?

Die Zeiten sind vorüber, da sich Monarchen und Kirchenfürsten, stolze Aristokraten und wohlhabende Bürger von Meisterhand in Marmor hauen oder in Öl porträtieren ließen. Auf der Höhe seines Lebens nahm sich selbst ein Fürst die Zeit, einem bedeutenden Künstler Modell zu sitzen, und wer besonders auf Unsterblichkeit bedacht war, beauftragte einen der Großen, einen Michelangelo, Tizian, Dürer oder Holbein, und verknüpfte so seinen Nachruhm mit dem Ruf eines genialen Meisters. Viele solcher Porträts sind uns als Kulturdenkmäler erhalten geblieben und künden noch heute von der Persönlichkeit jener Menschen, deren eigenes Wirken vielleicht längst vergessen ist.

Die Großen des zwanzigsten Jahrhunderts stehen nicht in Stein oder Bronze auf Märkten und Plätzen und hängen nicht in Museen. Ihre Denkmäler bestehen aus Film und Papier und sind meist nichts als aus einem Menschenleben zufällig herausgefrorene Augenblicke. Hätte man früher etwas von so mechanischen Abbildungen gehalten, es wären uns viel mehr Totenmasken überliefert.

Man braucht kein Meister zu sein, um zu fotografieren. Jeder kann jeden mit einem automatisierten Apparat im Bruchteil einer Sekunde und für geringe Kosten abbilden. Das geschieht alle Tage millionenmal. Mehr als neunzig Prozent dieser Abbildungen werden von Amateuren gemacht und sind nicht für die Öffentlichkeit bestimmt. Sie dienen keinem anderen Zweck als dem privaten Vergnügen des Fotografierenden und des Dargestellten und stehen mit ihren bescheidenen Ansprüchen außerhalb aller Kritik.

Die Gesichter auf diesen Bildern offenbaren zwar etwas vom Wesen des dargestellten Menschen, aber sie können nicht mehr an Geist und Witz widerspiegeln, als der oft wahllos herausgegriffene Augenblick enthielt. War der Moment günstig – gut; war er ungünstig, vernichtet man das Foto, und niemandem ist geschadet. Das trifft für den Amateur oder

den privaten Auftraggeber zu. Der Mensch, der in der Öffentlichkeit steht, ist dagegen der Kamera ausgeliefert. Er sieht sein Bild erst, wenn es in Hunderttausenden von Exemplaren erscheint, und dann ist es für jeden Einwand zu spät. Wie ihn die Kamera gesehen hat, sieht ihn die Welt, und nach seinem Bild beurteilt sie ihn.

Auch der Renaissancefürst wurde nach seinem Bilde eingeschätzt, doch war er selbst der Auftraggeber seines Porträts, und der Künstler setzte alles daran, ihn, der oft auch sein Mäzen war, zufriedenzustellen. Er überhöhte die äußere Erscheinung und die geistigen Eigenschaften seines Modells und vermied es, negative Züge sichtbar werden zu lassen. Heute ist der Abgebildete in der Regel nicht mehr der Auftraggeber seines Bildes. Die Ausweisfotografie, das Bewerbungs- und das Geschenkfoto nehmen seit der weitgehenden Mechanisierung der Lichtbildproduktion in der Arbeit des Berufsfotografen nur noch ganz geringen Raum ein. Der einflußreiche Fotograf von heute steht vor allem im Dienst der Publizistik und arbeitet für Presse, Film und Fernsehen.

Zeitungsverleger und Filmproduzenten, Redakteure und Regisseure bestimmen, was und wie er zu fotografieren hat. Seine Aufgabe ist, ihnen interessantes Material zu liefern, und nicht, nach den Wünschen der «Objekte» zu fragen. Der Abgebildete mag sich freuen, wenn er sich so wiederfindet, wie er es sich vorgestellt hat. Oft genug aber ist er enttäuscht und nimmt sich ärgerlich vor, sich so etwas nicht noch einmal gefallen zu lassen. Leider vergebens: Man *wird* ihn fotografieren. Soll ein Foto in der Presse erscheinen, dann wird es auch gebracht. Der Privatmann kann sich zwar auf das «Recht am eigenen Bild» berufen, aber den Prozeß darum kann er erst anstrengen, wenn das Bild veröffentlicht ist.

Das «Objekt» hat nur eine einzige Möglichkeit, selbst zu bestimmen, was sein Publikum zu sehen bekommt: Es muß «fotogen» werden. Foto-

gen sein ist eine Kunst, die der eine schon mit auf die Welt bringt, während der andere sie sich mühsam erarbeiten muß. Sie hängt nicht von beruflichem Können oder Charakter ab. Nicht der kommt in der Bildpresse und auf dem Bildschirm am besten an, der auch der Beste ist, sondern derjenige, der sich am besten fotografieren läßt. Der «fotogene Schuft» schneidet beim Publikum besser ab als der «gute Mensch». Mit dieser Ungerechtigkeit der Kamera muß jeder rechnen, dessen Foto in die Öffentlichkeit gelangen kann oder soll. Darum muß man selbst fotogen werden. Es gibt genug Beispiele, wie anfangs Unfotogene von Mal zu Mal auf dem Bild vorteilhafter wirkten. Sie haben dafür keine Schauspielschule besucht, keine Schönheitsoperation durchgemacht und keine Maske geschminkt: sie haben ihr Erscheinungsbild «manipuliert» und ganz und gar auf die Möglichkeiten und Unmöglichkeiten der Kamera eingestellt; während in früheren Zeiten der Porträtierte sich vom Künstler «manipulieren» ließ, sind diese Menschen von heute «aktiv» geworden und steuern ihre Bildpolitik selbst.

Wer in der Öffentlichkeit wirken will, ist auf die Bildpresse angewiesen. In einer Zeit, die allen täglich neue Gelegenheiten bietet, Erfolg zu haben oder zu versagen, kann niemand wissen, ob sich nicht eines Tages das Auge der Pressekamera auf ihn richten wird. Also ist es zweckmäßig, die Technik des guten «Ankommens» rechtzeitig zu erlernen.

Obgleich es in allen Kultursprachen unzählige kluge Lehrbücher der Fotografie gibt, ist über die Frage, wie man fotogen wird, bisher kaum etwas geschrieben worden. Das soll in diesem Buch geschehen.

Seit mehr als dreißig Jahren fotografiere ich Menschen. Ich kenne die Rezepte, nach denen die Fotografen einen Dicken dünn, einen Alten jung und eine Häßliche schön machen. Ich weiß, wie ein bedeutender Geist auf dem Foto zu einer Null und ein Unbedarfter zur Persönlichkeit wird. Ich kann meine Modelle fotografisch erniedrigen oder erhöhen,

kann durch Beleuchtungstechnik Schwarz oder Weiß hervorrufen, wie ich es will – oder wie es das Modell will, wenn es die Kunst, fotogen zu sein, beherrscht.

In den folgenden Kapiteln möchte ich die Wege zeigen, die zum Fotogensein führen, und aus einer langen Erfahrung über die Probleme der Bildpublizistik sprechen – und ganz nebenbei möchte ich auch für mehr Achtung vor dem Menschenbildnis plädieren. Der beigegefügte Bildteil soll erläutern, welche Mittel dem Modell und dem Fotografen zur Verfügung stehen und welche Gefahren auf sie lauern. Man wird also nicht nur gute Fotos sehen, sondern auch eine Anzahl negativer Beispiele, die bestimmte Fehler deutlich machen sollen. Ich bitte die Abgebildeten um Verständnis für die Veröffentlichung mancher nicht ganz vorteilhafter Porträts, zumal ja auch für den Fotografen, also für mich, diese Aufnahmen keine gute Propaganda sind. Meine Aufgabe, in Wort und Bild die für so viele Menschen existenzwichtige Sicherheit vor der Kamera zu vermitteln, schien mir wichtig genug, um im Einzelfall auf die künstlerische Vollkommenheit einer Aufnahme, die mir in gewisser Hinsicht jedoch typisch erschien, verzichten zu können.

Was heißt «fotogen»?

Zwei junge Damen kommen vom Fotografen. Sie wollen Stewardessen werden und haben die erforderlichen Bewerbungsfotos von sich machen lassen. Die eine steckt ihre Aufnahmen zufrieden ein. Sie weiß, daß diese Fotos für sie sprechen werden. Eigentlich wirkt sie auf Bildern vorteilhafter als im Leben. Sie ist eben fotogen!

Die hübschere Freundin ist mit ihren Fotos ganz und gar nicht einverstanden. «Ich kann machen, was ich will», sagt sie ärgerlich, «ich sehe im Leben nicht so scheußlich aus wie auf Fotos. Damit werde ich bestimmt abgelehnt. Mein Gesicht ist eben nicht fotogen!»

Was meint sie damit? Was heißt eigentlich «fotogen»? Es mit «schön» oder «hübsch» gleichzusetzen, ist nach allen Erfahrungen falsch und gefährlich. Die Feststellung: «Ich bin eben nicht fotogen!» kann also nur bedeuten: «Ich wirke auf dem Foto nicht überzeugend, ich mache keinen nachhaltigen Eindruck auf den, der nicht mich persönlich, sondern nur mein Bild sieht. Ich komme bei ihm nicht gut an.»

Etwas, was nicht ankommt, ist auf der Strecke geblieben, fehlgeschlagen, hat das Ziel, die Aufmerksamkeit des Bildbetrachters, nicht erreicht. Von der Wichtigkeit oder der Anzahl der Bildbetrachter aber hängt es ab, wie groß der Mißerfolg war. Wenn, wie in unserem Fall, «nicht fotogen sein» eine Absage auf eine Bewerbung, eine Enttäuschung, ja vielleicht sogar Verlust an Selbstbewußtsein bewirkt, dann gibt «fotogen sein» Sicherheit vor der Kamera und damit zuverlässigen Kontakt zum Bildbetrachter, gesteuerten Erfolg und Gewinn an Selbstbewußtsein vor der Öffentlichkeit.

Ein anderes Beispiel:

Wir sehen bei einer Schauspielprobe zu. Die Pressefotografen sind noch nicht zugelassen, die Darsteller tragen noch kein Kostüm, und doch hört man den Regisseur aus dem verdunkelten Zuschauerraum auf die Bühne rufen: «Halt! So geht es nicht. So ist die Szene nicht fotogen!»

Was hat er gesagt? Die Szene soll fotogen sein? Ist der Regisseur so umsichtig, daß er schon an die mögliche Fernsehübertragung seiner Aufführung denkt? Nein, er ist nur darum besorgt, daß der Dialog nicht nur im Wortlaut, sondern auch in der Stellung der Gesprächspartner zueinander, in der Ausgewogenheit ihrer Gesten, ihrer Anordnung zum Hintergrund und zu den Kulissen – also *optisch* beim Publikum gut ankommt. Eine Szene, die nicht ankommt, ist schlecht inszeniert. Genauso ist eine Fotografie, die in der Öffentlichkeit nicht ankommt, schlecht inszeniert. Das kann am Modell liegen, aber auch am Fotografen. Denn wie ein geschickter Spielleiter aus einer nicht sehr dramatischen Szene mit Hilfe eines begabten oder wenigstens lenkbaren Darstellers und der Regiekunst einen eindrucksvollen Auftritt «herausholen» kann, so ist der fähige Fotograf imstande, auch aus einem ursprünglich nicht sehr einprägsamen Kopf ein Menschenbildnis zu schaffen, das jedem, der es sieht, im Gedächtnis haftenbleibt.

Das fotogene Objekt sendet und der Betrachter empfängt etwas, das sein Interesse wachruft. Es ist ähnlich dem «gewissen Etwas» – aber es steckt nichts Anrühiges darin. Wenn der Fotograf sagt: «Wir müssen Ihr Aussehen manipulieren», fordert er damit nichts Unrechtes. Die Korrektur der äußeren Erscheinung, eine bestimmte Art, sich zu frisieren, zu kleiden, zu halten, und die bewußte Intensivierung eines Ausdrucks ist genausowenig unwürdig wie der Besuch eines Lehrgangs über Vortragskunst. Auch die Redegewandtheit muß bei vielen Menschen erst manipuliert werden. Daß eine solche Manipulation nicht unbedingt die Anwendung von Kniffen bedeutet, versteht sich von selbst. Von festen Gesetzen der fotografischen Manipulation konnte man bisher noch nicht sprechen. Verfolgt man jedoch die lokale und internationale Bildpresse, die Programme von Film und Fernsehen, so bietet sich reichhaltiges Studienmaterial an, aus dem sich bereits eine Anzahl unumstöß-

licher Regeln ableiten läßt. Wir werden sie im folgenden behandeln und dabei noch eine Reihe neuer Erkenntnisse finden.

Das Fotogene wirkt nicht nur für den Moment, es soll länger haftenbleiben. Natürlich ist es, wie alles, was dem Geschmack unterworfen ist, von der Mode und dem Stilempfinden einer Epoche, einer Generation, einer Nationalität abhängig, und selbst das einst fotogenste Motiv wird unwirksam, wenn es zum Klischee geworden ist. Außerdem ist fotogen auch ein relativer Begriff; denn was bei einem Publikum ankommt, braucht nicht jedes zu begeistern. Das sind Binsenwahrheiten, die nichts an der Bedeutung des Fotogenseins ändern. Die Kunst, es zu werden, schließt jedoch auch ein, daß man sich völlig darüber klar ist, welches Publikum man erreichen möchte. Erst danach kann die Manipulation beginnen.

Fotogen. Seit mehr als drei Jahrzehnten geistert dieser Ausdruck durch die fotografiebeflissene Welt, ohne daß er offiziell in unserm Sinn bekannt war. Er bezeichnete etwas völlig anderes.

In Meyers Konversationslexikon von 1933 liest man unter dem Stichwort *Photogen: (Sicherheits-)Leuchtöl.*

Es war gar nicht so abwegig, eine Art Petroleum Photogen zu nennen, denn im Griechischen bedeutet *photos* Licht und der Wortstamm *gen* bezeichnete das Erzeugen. Demnach hieße Photogen etwa Lichterzeuger. Darin deutet allerdings noch nichts auf «fotografisch wirksames Bild» hin. Wer dem Wort zuerst diese Bedeutung gegeben hat, weiß man nicht. Fest steht, daß es sich mittlerweile so in unserer Umgangssprache eingebürgert hat und daher endlich auch legalisiert werden mußte. Das geschah 1954, als sich die Dudenredaktion entschloß, das Wort aufzunehmen und als *photographisch vorteilhaft* zu definieren. Da es, wie gesagt, aus dem Griechischen stammt, schrieb man die Silbe *Photo* in allen Zusammensetzungen bis vor kurzem mit *ph.*

Der Duden erlaubt neuerdings aber für *Photo-* wie für *-graphie* die eingedeutschte Schreibweise mit *f*, die ich in diesem Buch ausschließlich gebrauche. Ich erlaube mir auch, gelegentlich das von dem Eigenschaftswort *fotogen* abgeleitete Hauptwort *Fotogenität* zu verwenden. Der Duden erkennt es zwar noch nicht an, doch erleichtert der präzise Begriff komplizierte Umschreibungen, und das rechtfertigt, meine ich, seinen Gebrauch.

Was wirkt fotogen und was nicht?

Die Frage läßt sich nicht mit der Aufzählung unfehlbar fotogener und hoffnungslos unfotogener Objekte beantworten. Jedenfalls nicht allein damit. Nur wenig wirkt, wie schon gesagt, stets und überall und für jedes Auge mit Gewißheit fotogen. Auch der todsicherste Tip mag im speziellen Fall oder sogar im Hinblick auf eine wesentliche Gruppe von Bildbetrachtern versagen.

Als fotogen gilt zum Beispiel eine ganze Menge Kitschiges und Sentimentales, wenn man es «gezielt» auf die dafür ansprechbaren Bildkonsumenten einsetzt. Bei anderen wird man damit schlecht ankommen; sie fühlen sich gerade vom Unsentimentalen, vom betont Anspruchsvollen angezogen. Auf solche Leute wirken die schönen Gegenlichtaufnahmen vom Sonnenuntergang nicht und nicht die Bilder, die man traditionsgemäß von und zu allen möglichen Anlässen seines Lebens in stereotyper Pose von sich machen läßt (erster Schultag, Hochzeit, Baby auf Nachtopf, «Mäxchen vor der Akropolis», Jubiläum, Paßbilder). Glücklicherweise bleiben solche Bilder meistens im Familienkreis, und dort haben sie ihre Berechtigung. Uns beschäftigt hier nur das Menschenbildnis, das durch die Presse oder auf anderem Wege auf das anonyme Publikum bzw. auf einen bestimmten Interessentenkreis wirken soll.

Es gibt erfahrungsgemäß Themen und Motive, die es von vornherein leicht haben, anzukommen, und denen auch der ungeschickteste Knipser kaum etwas anhaben kann; andererseits gibt es Motive, an denen sich selbst der beste Fotograf fast die Zähne ausbeißt. Es wäre oberflächlich, hier die Kategorien «kitschig» und «stilecht» anzuwenden; denn es gibt geradezu fotogene und unfotogene Stile. Nicht nur sind die Naturvölker in ihrer Ursprünglichkeit (und dazu gehören *alle* Kinder) viel fotogener als jede Zivilisation, sondern auch unter den Kunststilen findet man fotogenere und weniger fotogene. Barock und Rokoko sind

schwer zu fotografieren. Das schäumende Formenspiel, das Gewirr der Linien und Schnörkel erscheint auf der Aufnahme leicht als richtungsloses Durcheinander. Das Zuviel hat weniger Ausdruckskraft als das Karge, weil sich die einfache Form der Linie in der Fotografie ähnlich wie in der bildenden Kunst und wie das Leitmotiv in der Musik am deutlichsten einprägt. Aus demselben Grund sind auch manche Landschaften besonders fotogen (so die charakteristisch englische und russische, Lappland, Alaska, die Wüste), manche unfotogen (Deutschland mit seinen herrlichen, aber allzu vielen Bäumen ist zum Beispiel außerordentlich schwer zu fotografieren). Auch das Wetter hat fotogene und unfotogene Erscheinungsformen. Nebel, Schnee und selbst Regen bieten interessantere Möglichkeiten als der schönste Sonnenschein mit unruhigen Schatten auf der Erde und der so begehrten «Wolkenbildung».

Alle Experimente – ob in der Kamera oder im Labor manipuliert – sind fotogen, und auch die künstlerische Fotografie, gleichgültig, mit welchem Motiv.

Die Norm, das Mittelmäßige und Neutrale, das Langweilige und allzu Vorsichtige ist unfotogen. Es hebt sich nicht aus dem mechanischen Ablauf des Alltags heraus, läßt nicht aufmerken. Was nichts aussagt, kann niemanden ansprechen.

Da die Norm nicht fotogen ist, sind das Subjektive und das Extremum so fotogener: das ganz Laute und das ganz Leise, Luxus und Armut, Kind und Greis, das Unmoderne und das Supermoderne, der sakrale Prunk und die schlichte Frömmigkeit, das Privatleben der Stars und die Intimsphäre des Mannes von der Straße, das Exaltierte und die stoische Ruhe, Sex und Gefühlskälte, die tendenziös schwarze und die tendenziös rosige Berichterstattung, die technische Sensation und der primitive Behelf, das Unmenschliche und, zum Glück, auch das Allzumenschliche.

Diese Liste der Begriffspaare läßt sich aber nicht beliebig fortführen. Nicht immer sind entgegengesetzte Werte in gleicher Weise fotogen, leider nicht. Ich nannte schon den «fotogenen Schuft», der dem lebenswerten Unfotogenen in der Bildpublizistik den Rang streitig macht. Es hat auch keinen Zweck, zu leugnen, daß das Unglück meist fotogener ist als das Glück, der Krieg spannender als der Frieden. Die Schamlosigkeit hat ein größeres Publikum als die Tugend, die Diktatur mit ihren Massenaufmärschen und Paraden fotografiert sich einprägsamer als die allzu artige Demokratie, und der Prominente hat mit einem ungünstigen Foto noch immer ein größeres Publikum als jeder andere Sterbliche mit einer schönen, aber langweiligen Porträtaufnahme.

Fotogene Wirkung hat mit der Qualität des Porträtierten nichts zu tun, das muß noch einmal wiederholt werden. Die Ausstrahlung des Bösen ist ja ganz und gar nicht geringer als die des Guten. Man denke nur an die unbestreitbar fotogenste Figur im «Faust», den Mephisto (Abb. 162, 163), oder an Richard III.! Wir stellen also keine künstlerische Rangordnung auf, wenn wir im Kapitel «Das fotogene Bild der Spiele» die Inszenierungen gewisser Regisseure als weniger fotogen bezeichnen als die anderer. Ebenso ist es mit den Schöpfungen der Haute Couture. Ob ein Modellkleid fotogen ist oder nicht, sagt nichts über die Güte des Materials, über Verarbeitung und Farbe, über Idee und Chic aus. Manchmal ist die fotogenere Mode sogar die einfallslosere. Ob eine Kreation wirklich «Mode» wird, hängt aber weitgehend auch von ihrer Fotogenität ab, denn jede Mode braucht Publicity durch das Pressebild und die Fernseh- und Wochenschau.

In Deutschland arbeitet zum Beispiel der von der Antike inspirierte Modeschöpfer Schulze-Varell mit äußerst bildwirksamen, die Figur längenden, fließenden Linien, doch ist sein exklusiver Stil nur für eine kleine Schicht bestimmt. Die betont sportlich-jugendlichen Schnitte von

Bessie Becker dagegen sind für das große Publikum gedacht. Ihre Modelle sind sogar von Laien leicht zu fotografieren. Jacques-Fath-Kleider waren von Anfang an stets fotogen, während die Schöpfungen von Dior in den Anfangsjahren immer etwas länger brauchten, ehe sie wirklich ankamen. (Der «New Look» setzte sich als Sensation, als Gegensatz zu den grauen Nachkriegsjahren durch, *obwohl* er *nicht* sehr fotogen war.)

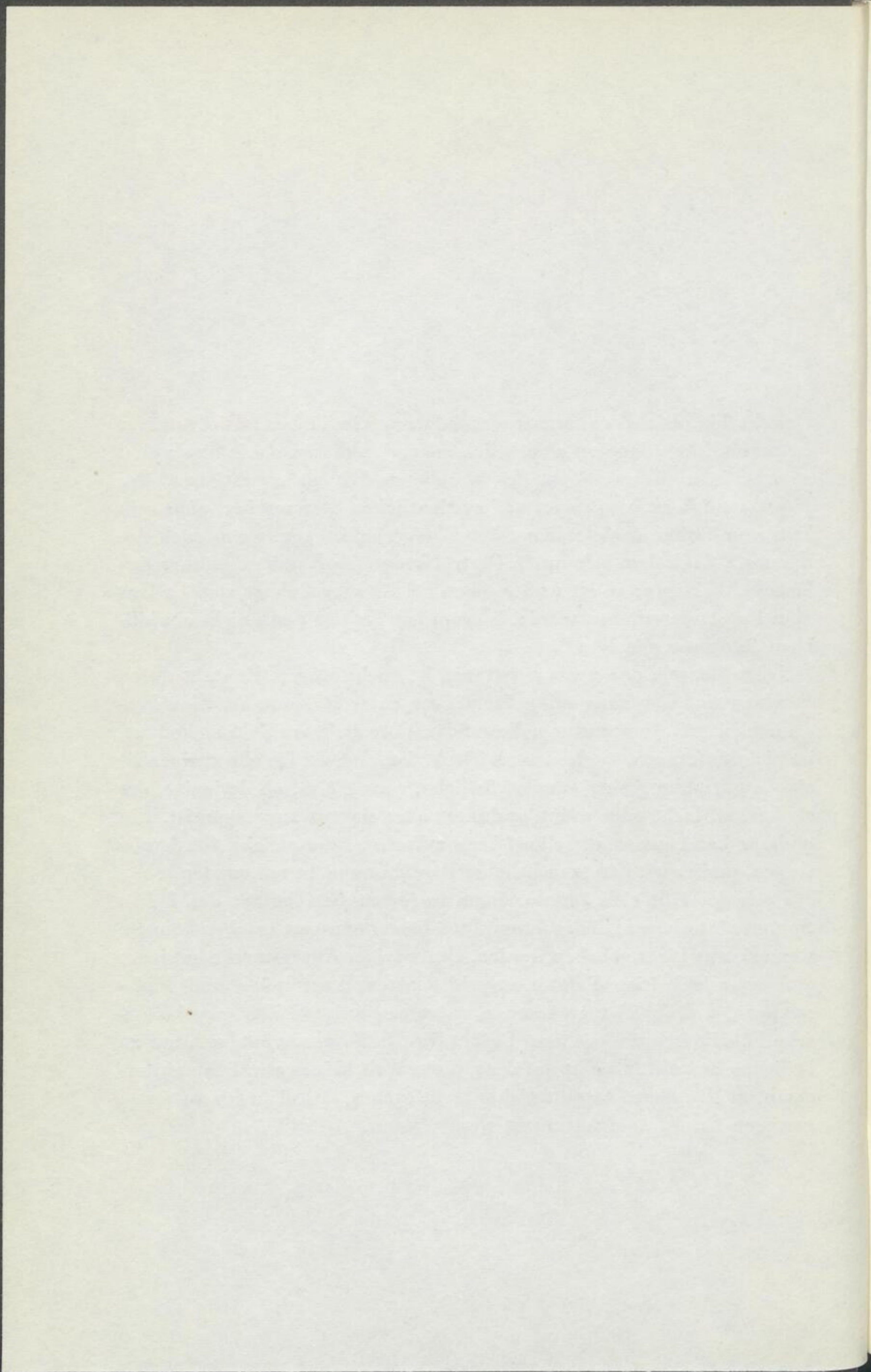
Die Modefotografie unterscheidet sich von der Porträtfotografie in einem sehr wesentlichen Punkt, der für alles, was in diesem Buch gesagt wird, von Bedeutung ist. Die Modefotografie will das Kleid zur Geltung bringen, die Porträtfotografie den Menschen. Die Verschiebung der Akzente ist in der Theorie offensichtlich. In der Praxis findet man aber häufig Modefotos, bei denen der Blick des Betrachters zuerst oder sogar ausschließlich von Gesicht und Figur des Mannequins angezogen wird, andererseits Porträtaufnahmen, auf denen die äußere Aufmachung so betont ist, daß sie die Aufmerksamkeit vom Gesicht ablenkt.

Da es mir hier vor allem um das Menschenbildnis geht, möchte ich von jeder Garderobe abraten, die ein zu starkes «Eigenleben» führt. Ein raffiniertes Kleid kann zweifellos sehr fotogen sein, es kann aber von der weniger aufdringlichen Erscheinung dessen, der porträtiert werden soll, ablenken. Auch ein unruhiges, mit Paspeln, Abnähern und anderen Ausschmückungen besetztes Kostüm tut dem Gesicht – meistens der ganzen Figur – keine guten Dienste. Die fotogenste Kleidung für das Porträt eines Individuums ist, so merkwürdig es klingen mag, die uniforme: die Blue jeans der Teenager und der weiße Dreß der Tennisspieler, das Kostüm der Stewardessen und alle Soldatenuniformen. Die Mannschaftsuniform ist fotogener als die der höheren Offiziere mit ihren bunten Ordensspangen, Biesen, Epauletten und Kordeln, bei denen der «Zauber der Montur» oft die Individualität ihres Trägers überstrahlt. Auch die schlichte Tracht des Geistlichen lenkt auf das

Gesicht hin. Die Prunkornate der höheren kirchlichen Würdenträger entpersönlichen dagegen absichtlich ad majorem Dei gloriam; sie sind ganz auf den Gesamteffekt des kirchlichen Rituals abgestimmt. Der Papst endlich ist, von seiner außerordentlichen Stellung her, ohne sein Zutun und ohne das Verdienst der Fotografie fotogen, wenn auch Johannes XXIII. dem bekannten Porträtfotografen Karsh gegenüber sich lächelnd beklagte: «Gott wußte schon bei Unserer Geburt, daß Er Uns zum Papsttum erheben würde. Warum hat Er Uns dann nicht ein bißchen fotogener gemacht?»

Jeder Mensch, der etwas ausstrahlt, ist auch fotogen. Er steht durch Sendung und Empfang mit seinem Betrachter in Kontakt. Eine Persönlichkeit mit Ausstrahlung, die auf dem Foto nicht zur Geltung kommt, ist nicht unfotogen, sondern nur schlecht fotografiert. Im allgemeinen ist eine Ausstrahlung aber «unverwüstlich», ganz gleich, ob derjenige, der sie besitzt, lacht oder weint, zerlumpt oder elegant angezogen ist. Ein anderer kann genau dieselbe Miene aufsetzen, die gleiche Garderobe tragen, und er wird trotz sichtlicher Bemühung nicht ankommen.

Doch das läßt sich ändern. Denn in jedem Gesicht hat das Leben Spuren hinterlassen, die es fotografisch bemerkenswert machen können, wenn sie ans Licht gehoben werden. Unter seiner Alltagsmaske hat jeder eine so reichhaltige Palette verschiedenster Wesenszüge und Farbnuancen, daß der Fotografierende, wenn er genügend Zeit, psychologische Fähigkeiten und sicheres Gefühl für das Fotogene hat, sich nur zu bedienen braucht. Es gibt auf der ganzen Welt keinen wirklich uninteressanten Menschen. Es gibt nichts Unfotogenes, das nicht bis zu einem gewissen Grad fotogen gemacht werden kann.



DIE MACHT DER MEDIEN

THE HISTORY OF THE

Echte Werbung und geheime Verführung

Durch drei verschiedene Medien gelangt das fotografierte Menschenbildnis in die Öffentlichkeit: durch die Presse, durch den Film und durch das Fernsehen. Allen diesen Bildern ist gemeinsam, daß sie von einer Kamera aufgenommen werden. Die Wiedergabetechnik ist jedoch in jedem Fall anders. Die unterschiedlichen Methoden der Bildvorführung stellen weniger den Kameramann als das Modell vor stets neue, andersartige und oft schwierige Probleme. Nicht durch Zufall fällt vielen Filmstars das «Umsteigen» in die Fernsehbranche so schwer. Jedes der drei Medien verlangt vom dargestellten Objekt eine spezifische Fotogenität, auf die wir in den späteren Kapiteln immer wieder zu sprechen kommen werden. Hier soll zunächst von der großen Gemeinsamkeit der Medien die Rede sein, nämlich von ihrer Macht.

Es ist ein verbreiteter Irrtum, Presse, Film und Fernsehen könnten allein von ihren Abonnenten und Beitragszahlern leben. Die monatlichen Gebühren, die ein Leser einer anspruchsvollen Tageszeitung entrichtet, decken nur einen geringen Teil der hohen Herstellungskosten. Ohne ausreichende Einkünfte aus Werbeinseraten könnte eine Zeitung kaum existieren. Nur beim deutschen Fernsehen konnte eine für Existenz und Ausbau hinreichende Gebührensumme zusammenkommen, weil in der Bundesrepublik Deutschland über ein Jahrzehnt lang nur ein einziges Programm ausgestrahlt wurde; aber das ist eine Ausnahme, die nur noch so lange möglich ist, bis endlich mehrere Programme gesendet werden können. Dann muß auch in Deutschland das Fernsehen Subventionen von staatlicher Seite, bestimmten Interessengruppen oder Einkünfte aus Werbesendungen empfangen. Natürlich will niemand seine Finanzhilfe ganz ohne Gegenleistung und Zinsen zur Verfügung stellen. Man will dafür oft genug Einfluß auf das Programm nehmen, und das bedeutet Einfluß auf das Publikum, sei es in Form von Zensur und politischer Bevormundung oder mit psychologisch ge-

schickt gelenkten Werbemethoden und durch «geheime Verführung». Der schnellste Weg zum Bewußtsein des Publikums führt in jedem Fall über das Bild. Es ist das einzige Medium, das jeder Erdbewohner, auch der primitivste, ohne Dolmetscher verstehen kann. Die Macht der bildverbreitenden Organe beruht auf dem strategisch richtig eingesetzten Material, auf seiner Fotogenität. Dank der Faszinationskraft des Bildes beherrschen Presse, Film und Fernsehen die öffentliche Meinung, ja, sie bilden selbst die öffentliche Meinung.

Etwas beiseite steht dabei der Film. Er mußte sich gegenüber dem immer bedrohlicher anwachsenden Fernsehen auf seine aussichtsreichste Domäne, nämlich das bessere Bild, besinnen. Da aber Staat und Wirtschaft nur bedingt an schönen Kunstformen interessiert sind, sieht sich die Filmgesellschaft, die nicht Werbefilme, sondern Spielfilme produziert, vor der Aufgabe, die Kosten jedes Filmstreifens wieder «einzuspielen». Sie ist ein «freies» Unternehmen, kann aber nicht wie die Presse mit Inseraten rechnen. Der Spielfilm ist also in besonderem Maße auf die Gunst des Publikums angewiesen, und das erklärt auch die vielen «Verbeugungen» vor dem Markt. Wirtschaftlich weitgehend auf sich selbst gestellt, muß er Mittel und Wege finden, die Krise, die durch das Fernsehen entstanden ist, zu überstehen.

Die ansteigende Zahl der Fernsehteilnehmer und die «rückläufige Tendenz» des Kinobesuchs in allen Ländern mit ausgebautem Televisionsbetrieb spiegelt den Konkurrenzkampf zweier Medien, die nebeneinander bestehen wollen und müssen. Das Fernsehen hat den schwer übertrumpfbaren Vorteil der Live-Sendung – das heißt, der Vorführung von Geschehnissen im selben Augenblick, da sie sich ereignen –, während der Film, bei weitaus größerer Variationsbreite der technischen und künstlerischen Möglichkeiten, stets erst nach der Verarbeitung den Betrachter erreicht.

4,5 Millionen Fernsehgeräte gab es im Monat Dezember 1960 in der Bundesrepublik Deutschland und Westberlin. Statistisch nicht genau erfaßbar ist die Zahl derer, die sich in den Hauptsendezeiten vor den Geräten versammeln. Rechnet man, was gewiß nicht zu hoch gegriffen ist, mit nur drei Zuschauern vor jedem Bildschirm, so ergibt sich daraus, daß etwa ein Viertel der Bevölkerung (13 Millionen) die gleiche Sendung ansehen kann. Filmaufführungen sahen 1960 bei uns täglich nur 1,8 Millionen gegenüber 2,2 Millionen im Jahre 1956, obwohl man auf der Leinwand viel größere, schönere und technisch vollkommene Bilder zu sehen bekommt als auf dem Fernsehschirm. Die Bildberieselung im Sessel daheim wird vorgezogen. Ob der künstlerisch hochwertigere Film dessenungeachtet eine Zukunft hat, soll hier nicht diskutiert werden. Fest steht, daß der Mensch sich gegenwärtig für den bequemeren Konsum entschieden hat. Damit wird es leicht, im Bedarfsfall große Massen zu erreichen und zu gewinnen. Nicht nur in der östlichen Welt ist das Fernsehen abhängig vom Staat, auch im Westen gibt es diese Form. Man kann aber nicht erwarten, daß eine Fernsehgesellschaft gegen eine Obrigkeit auf die Barrikaden steigt, von der sie abhängig ist. Wenn das doch einmal geschieht, so ist es meist der Initiative eines kühnen Einzelgängers zu verdanken, der dann seinen Mut zwar nicht mit dem Leben, aber oft genug damit bezahlen muß, daß er in Ungnade fällt und keinen Auftrag mehr bekommt.

Am schwersten hat es der Mensch vor der Kamera. Die meist nur kurz durchgesprochene, improvisierte Live-Sendung fordert von allen Mitwirkenden ein ungeheures Maß an Konzentration und – sofern sie in Großaufnahme auf dem Bildschirm zu sehen sind – auch eine besondere Fotogenität. Ein solcher Stegreif-Auftritt ergibt ein unretuschierbares Bild und findet obendrein vor dem größten Publikum statt, das ein Bild überhaupt haben kann.

Vor der Filmleinwand oder dem Bildschirm versammeln sich viele Zuschauer gleichzeitig, aber die ablaufende Handlung verwischt den einzelnen Eindruck. Den Gegensatz dazu bildet die Presse. Hier wird ein Einzelbild in so vielen Exemplaren vervielfältigt, daß eine ausreichende Verbreitung gesichert ist, selbst wenn das einzelne Blatt nicht mehr als einen Betrachter findet. Hinzu kommt, daß ein solches Bild, weil es keinen Ablauf hat, sondern «steht», einen bleibenden Eindruck hinterläßt. Bei Film und Fernsehen wirkt das Geschehen, beim Pressebild der festgehaltene Augenblick. Wenngleich dessen Zufälligkeit im Verein mit oft minderwertiger Wiedergabe den Wert eines solchen Bildes abschwächen mag, so verdanken doch sehr viele Politiker, Künstler – aber auch Filmsternchen und «Covergirls» dem Pressebild ihre Popularität.

Nach den Ergebnissen der Meinungsforschung wird heute trotz Fernsehen und allen anderen Sparten der Unterhaltungsindustrie mehr Zeitung gelesen als je zuvor. Dabei haben auf der ganzen Welt die seriösesten Zeitungen die niedrigsten Auflageziffern, und das gibt zu denken.

Die Hochburg des Zeitungswesens ist London. Die führenden Tageszeitungen (*Daily Mirror*, *Daily Mail*) erreichen Auflagen von drei bis fünf Millionen Exemplaren. Die Boulevardblätter (die sogenannte «gelbe Presse») erscheinen in den Wochenendausgaben mit sechs bis sieben Millionen Exemplaren. Bezeichnenderweise sind es stark gebildete Zeitungen (*News of the World*, *Sunday Pictorial*). Die Auflageziffern der amerikanischen Zeitungen sind niedriger; die Moskauer *Prawda* dagegen soll eine Auflage von fünf Millionen haben. Im Vergleich zu den Amerikanern sind die Deutschen stärkere Zeitungsleser, wenn auch nur die Sensationspresse über die Million hinauskommt. Es ist in unserem Zusammenhang sehr aufschlußreich, daß die Hamburger *Bild-Zeitung* mit dreieinhalb Millionen Exemplaren an der Spitze liegt. Unsere großen Illustrierten können diese Ziffern nicht aufweisen, aber sie sind ihr doch

wesentlich näher als die drei anspruchsvollsten und angesehensten Tageszeitungen, die zusammen (!) nur auf eine Auflagenhöhe von knapp 700 000 kommen. Ein Grund der geringeren Breitenwirkung mancher Blätter ist zweifellos ihre *Bildarmut*.

Der große Vorzug, den die Tagespresse – wenigstens in der westlichen, demokratischen Welt – gegenüber den Einrichtungen des öffentlichen Rechts (Funk und Fernsehen) aufzuweisen hat, ist ihr traditionelles, verbrieftes Recht der «freien Meinungsäußerung». Auch eine Zeitung, die einer Partei, einer Konfession oder einer anderen Interessengruppe «nahesteht», gestattet sich noch immer sehr viel Opposition und offene Kritik. Den Idealfall publizistischer Unabhängigkeit aber bildet natürlich die als privates Wirtschaftsunternehmen frei finanzierte Zeitung, die bei uns glücklicherweise am häufigsten, in totalitären Staaten dafür gar nicht denkbar ist.

Ein Diktator hat darum nichts Eiligeres zu tun, als die freie Meinungsäußerung der Presse zu verbieten. Er bringt Wort und Bild unter seine Kontrolle, und das Resultat ist das einseitig gesteuerte politische Schlagwort, der Umbau der «mächtigen Medien» zur Propagandamaschine der Staatsmacht. Das ist nicht leicht zu durchschauen für den, der nichts anderes vorgesetzt bekommt, und wirkt auf die Dauer wie der stete Tropfen, der den Stein höhlt. Das diktierte Bild wird jedoch nur den Untertan beherrschen, der sich nicht objektiv unterrichten kann, nie aber die freie Welt. Da kehrt es sich wie ein Bumerang gegen den Auftraggeber.

Etwas überspitzt ausgedrückt, ist Hitler von der Fotografie besiegt worden.

Der Appell an die Welt

Die fähigen Publizisten, die damals aus Deutschland emigrieren mußten, sammelten sich in ausländischen Metropolen und wurden Mitbegründer eines modernen Zeitschriftentyps, der besonders die Fotografie in den Mittelpunkt stellte (z. B. *Life* und *Paris Match*). Ihre Fotografen, vornehmlich Juden – die von Natur aus ganz besonderes Talent für fotogene Kameraführung und Bildpublizistik besitzen –, eröffneten eine noch nie dagewesene, einzigartige Bilderkampagne gegen Hitler. Mit fotografisch hinreißenden, dokumentarisch überzeugenden Aufnahmen mobilisierten sie die ganze freie Welt gegen die Gefahr des Nazismus. In diesem Propagandakrieg hat zum erstenmal das bessere Bild gesiegt. Keiner der Mächtigen im Dritten Reich nämlich hatte ein Organ für überzeugende Bildwirkung; selbst Goebbels war nur ein Mann des Wortes. Heinrich Hoffmann, einzig konzessionierter Leibfotograf, hat in den zwölf Jahren des «Dritten Reichs» nicht ein bedeutendes Foto seines «Führers» zustande gebracht. (Das eindeutig beste Bild Hitlers hatte das jüdische Atelier Bieber in Berlin aufgenommen; es durfte jedoch offiziell nicht verwendet werden.) Auch alle anderen Größen des Regimes und sogar die verbliebene Prominenz des Geistes fotografierte Hoffmann zu farblosen Nullen herunter.

Der erste deutsche Pressefotograf von Weltrang, der ehemalige Rechtsanwalt Dr. Erich Salomon, «Erfinder» der Illustriertenserie, der in den zwanziger Jahren für die *Berliner Illustrierte* Weltereignisse fotografiert hatte und dann nach Holland emigriert war, kam leider während des Krieges dort um. Niemand hatte es wie er verstanden, mit dem damals noch recht wenig lichtempfindlichen Material ohne zusätzliches Kunstlicht Momentaufnahmen von größter atmosphärischer Dichte zu machen. Durch seine Kameraführung wurde das sprödeste Ereignis zur hintergründigen Bildstory. Allerdings war Dr. Salomon damals noch allein auf Jagd. Es gab noch keine Konkurrenz von Hunderten anderer

Pressefotografen, die ihm sein Exklusivbild hätten verderben können. Unauffällig, aber richtig gekleidet, als ein «Herr», mischte er sich unter die erlauchten Teilnehmer internationaler Konferenzen. Aber er durfte auch bleiben, wenn man ihn erkannt hatte. Man wußte, was Salomon fotografierte, brachte unverzerrte, gute Publicity. Besonders für die deutschen Belange, die Stresemann so am Herzen lagen, erweckte er mit seinen Bildern in diesen Krisenjahren weltweite Sympathien.

Kurz nach Kriegsende setzte der jetzige *Life*-Reporter Ernst Haas, ein österreichischer Emigrant, wiederum die Macht des Pressebildes für eine gute Sache ein. Er fotografierte zum erstenmal Rußlandheimkehrer und wartende Frauen auf einem Wiener Bahnhof. Mit einem Schlage war die Weltöffentlichkeit alarmiert und zu helfen bereit, und Ernst Haas wurde, verdienstermaßen, beinahe über Nacht ein gesuchter Fotograf. Wieder einige Jahre später löste ein einziges Bild – das einsame, verzweifelte koreanische Kind, das in den Trümmern seine Eltern sucht – eine Antikriegswelle aus, der sich die Bildorgane des Westens anschlossen.

Der Appell an die Menschlichkeit ist das Größte, was das Bild im Dienst der mächtigen Medien leisten kann. Fast immer ist es das Antlitz von Menschen, das dabei im Vordergrund steht und das «appelliert»: es ist ein un-manipuliertes Menschenbildnis.

Freilich kann die Bildpresse davon allein nicht existieren. Der Anblick von Not darf nicht alltäglich und die Suche nach derartigen Motiven nicht zur Hauptbeschäftigung der Pressefotografen werden. Sonst verliert das Bild des Elends seine Wirkungskraft. Die Reportagen von diplomatischen Empfängen, Weltmeisterschaften, Königshochzeiten, Polarexpeditionen, Filmpremieren, Kriminalaffären und Urlaubsfreuden müssen also sein.

Im Normalfall möchte der Mensch mit seinem Bild nicht Mitleid erwecken, sondern möglichst günstig aussehen. Das jedenfalls ist der

Wunsch der meisten, die freiwillig oder unfreiwillig von der Kamera aufgenommen werden, und in der Mehrzahl aller Fälle ist es auch der Wunsch des Auftraggebers und seines Fotografen, daß sein Objekt etwas Positives darstellt. Es kann jedoch vorkommen, daß einer Redaktion nur ein schlechtes Foto vorliegt, aber aus einem aktuellen Anlaß ein Bild gebracht werden muß. Manchmal nimmt man ein ungewollt komisches Foto gern als auflockernde Pointe hinter einer ernsten Bildfolge. Manchmal aber deckt es sich mit der Absicht, eine abwertende Bildpolitik zu betreiben. Der Appell an die Schadenfreude hat immer Breitenwirkung, das wissen die Sensationsblätter. Auch läßt sich das Herzogspaar von Windsor oder Exkaiserin Soraya nicht gern in einen Sensationsprozeß mit einem Massenblatt ein.

Es kommt vor, daß irgendeine Illustrierte auf dem Titelblatt ein bis dahin unbekanntes Filmsternchen herausstellt und damit populär macht, auf den folgenden Seiten mit einer hinreißenden Reportage zu Spenden für Flüchtlinge aufruft (mit großem Erfolg) und dahinter von einer wichtigen Person Bilder bringt, die diese in lächerlicher oder negativer Weise darstellen. Oft geschieht das lediglich der Auflockerung halber; wenn die Redaktion des Blattes aber die Absicht verfolgt, diese Persönlichkeit «abzuschießen», hat sie damit genausoviel Erfolg wie mit ihrer gutgemeinten Flüchtlingsreportage. Schon manche Existenz ist auf diese Weise zerstört, schon manche Karriere vorzeitig beendet worden. (Die gewitzigte Prominenz hat allerdings inzwischen gelernt, daß auch negative Propaganda sich als positive Werbung auswirken kann.)

Ist der Mensch ohnmächtig gegenüber den mächtigen Medien? *Muß* er sich fotografieren und abbilden lassen, oder kann er sich davor schützen? *Muß* der Fotograf tatenlos zusehen, wie seine Arbeiten «wild» veröffentlicht und willkürlich für die Publicity der Zeitung oder des Abgebildeten ausgeschlachtet werden?

Ich deutete schon früher an, daß es Gesetze gibt, die vor dem Mißbrauch der Fotografie bewahren sollen. Sie sind festgelegt im sogenannten «Gesetz, betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Kunst und der Photographie» vom 9. Januar 1907 (abgekürzt KUG). Es umfaßt sowohl das Urheberrecht des Künstlers an seiner eigenschöpferischen Produktion als auch das Recht des Dargestellten am eigenen Bilde. Dieses schon betagte Gesetz mit seinen 55 Paragraphen ist noch immer maßgebend, es sind jedoch Bestrebungen im Gange, die Fotografie aus dem Urheberrecht an Werken der bildenden Kunst herauszunehmen und eine neue, hoffentlich gerechte Gesetzesregelung zu treffen.

Der Fotograf ist in der Regel im Besitz «sämtlicher Rechte» an seinen Arbeiten, soweit sie nicht andere verletzen, was z. B. bei der Fotografie eines Werkes der bildenden Kunst, einer Film- oder Fernsehscene eintreten kann. Von diesen sämtlichen Rechten vergibt er von Fall zu Fall einzelne, etwa das Erstrecht für eine Publikation, oder auch pauschal «alle Rechte», etwa an eine Werbe- oder Bildagentur, die damit auch vor dem Gesetz Besitzer aller Rechte an dem Bild wird, obgleich es nicht ihr eigenes Werk ist. Ganz allgemein gilt, daß eine Fotografie nicht publiziert werden darf, ohne daß der Fotograf seine Einwilligung dazu gegeben hat. Der Verstoß gegen diese Vorschrift kann sich besonders unangenehm auswirken, wenn es sich um die erkennbare Abbildung eines Menschen handelt. Für die Genehmigung, ein bestimmtes Bild zu reproduzieren, ist meistens ein Abdruckhonorar zu zahlen, dessen Höhe sich nach der Auflagenhöhe des Publikationsorgans richtet

oder nach den Auswertungsabsichten des Käufers. Es gibt unseriöse Leute, die das Honorar sparen wollen und von dem Fotografierten ganz naiv «schnell ein paar neue Bilder für die Zeitung» erbitten. Wer mit den Gepflogenheiten nicht vertraut ist, mag sogar guten Glaubens so handeln, vor allem, wenn er an der Veröffentlichung seines Bildes selbst interessiert ist. Möglicherweise nimmt er allen Ernstes an, er habe mit der Bezahlung der Fotografien zugleich die Veröffentlichungsrechte an den Bildern, die der Fotograf von ihm gemacht hat, erworben. Das trifft nicht zu. Wohl kann er der Presse seine Porträts zur Verfügung stellen, doch muß er dazu die Genehmigung des Fotografen einholen bzw. die Redaktion darauf aufmerksam machen, daß die Veröffentlichung der Bilder honorarpflichtig ist, oder er muß das fällige Veröffentlichungshonorar selbst zahlen. Dieses Reproduktionshonorar steht selbstverständlich dem Fotografen zu, nicht dem Porträtierten. Der sicherste Weg ist immer, der betreffenden Redaktion mitzuteilen, sie möge sich an den Fotografen wenden, der die gewünschten Aufnahmen gemacht hat und der sie meist schnell und gern zur Verfügung stellt — falls es sein muß, per Luftpost und Eilboten. Es ist immer nützlich, wenn Fotograf und Modell bereits bei der Aufnahme vereinbaren, wie die Versorgung der Presse und die Abfindung des Fotografen erfolgen soll und was dabei im besonderen Fall zu beachten ist.

Fotograf und Modell wollen beide möglichst viel publizieren, doch haben sie dabei etwas verschiedene Interessen. Dem Abgebildeten kommt es in erster Linie darauf an, daß es sich um ein günstiges Foto handelt; der Fotograf verlangt das Reproduktionshonorar und will kontrollieren, ob er als Urheber genannt wird. Auch muß er die Übersicht über die verschiedenen Rechte behalten.

Es ist zwar eine Selbstverständlichkeit, daß bei jeder Geschichte, die man in der Zeitung liest, bei jedem Fernsehspiel, das gesendet wird,

und bei jedem Werk der bildenden Kunst auch der Name des Autors und des Künstlers, also des Urhebers, genannt wird. Aber bei den Fotografien «vergessen» es manche Redakteure so gern. Das passiert erstaunlicherweise besonders oft bei Bildredaktionen, die sich mit Haut und Haaren der «ernsten Kunst» verschrieben haben und deshalb der Fotografie nur den niederen Rang einer mechanischen Arbeit zuerkennen möchten. Manchmal haben sie recht, meist aber nicht. Viele Redaktionen wollen ihre mühsam herangezuchteten Vertragsfotografen aber auch der Konkurrenz nicht bekanntgeben. Der freie Fotograf macht es den Zeitungsorganen so einfach wie möglich, ihre Verpflichtungen zu erfüllen, indem er seine Bilder auf der Rückseite mit einem Stempel versieht, der außer Namen, Adresse und Bankkonto noch den Hinweis enthält, daß Abdruck, Vervielfältigung und Vorführung des Bildes nur mit Genehmigung und Namensnennung gestattet ist, und ferner besagt, ob das Bild nach der Veröffentlichung wieder an den Fotografen zurückzuschicken ist. Fehlen diese Angaben, so gilt das Urhebergesetz natürlich trotzdem. Jede Publikation eines Fotos ist honorarpflichtig, ganz gleichgültig, von wem die Aufnahme zur Verfügung gestellt worden ist.

Mehr und mehr wird heute jedoch der Presse von vornherein honorarfreies Bildmaterial angeboten. Der Dargestellte oder der an ihm Interessierte will dadurch erreichen, daß nur bestimmte vorteilhafte Bilder von ihm oder über einen Vorgang in Politik, Wirtschaft oder Kunst verbreitet werden. So verfährt z. B. der Film, um seine Stars bekannt zu machen, so verfährt auch der große Konzern beim Jubiläum eines Direktors, und so würde es auch gern eine politische Partei machen, wenn die Presse ihr gegenüber nicht sehr zurückhaltend wäre. Politik fotografiert sie lieber selbst. Das ist sie dem Ruf ihrer Objektivität schuldig. Eine Ausnahme bilden die von Parteien abhängigen Zeitungen. Gerade bei diesen honorarfreien Pressebild-Verteilungen muß das Recht des

Fotografen vorher zuverlässig geregelt sein. Da man der Presse ja die Honorierung ersparen will, muß die an der Veröffentlichung interessierte Institution den Urheber «abfinden»; entweder für jeden einzelnen Abdruck oder mit einer Pauschale. Kleine, fachliche Zeitungen und Zeitschriften mit geringer Verbreitung würden von honorarfreien Angeboten verständlicherweise gern Gebrauch machen, weil es sie nichts kostet, aber die Bildthemen liegen ihnen selten. Dankbare Abnehmer sind aber die Illustrierten mit farbigen Starfotos. Es kann dann sogar sein, daß derjenige, der die Veröffentlichung wünscht, noch etwas dazuzahlen will. Aber das pflegt ein anständiger Redakteur abzulehnen.

Es wurde schon davon gesprochen, daß prominente Persönlichkeiten sich gern von Fotografen aufnehmen lassen, ohne etwas dafür zahlen zu müssen. Beiden ist gedient, beide können mit den entstandenen guten Bildern für sich Publicity machen. Es kommt nun aber vor, daß der Prominente die Bilder, die ihm der Fotograf für die Freundlichkeit, ihn fotografieren zu dürfen, geschenkt hat, an die Presse weitergibt. Damit ist nicht nur, wie wir schon sagten, die Honorierung in Frage gestellt, sondern der Fotograf kann nicht mehr von sich aus über das Erst- oder Exklusivrecht seiner Aufnahme verfügen und hat es dabei vielleicht schon einer wichtigen Zeitung versprochen, die nur Exklusivfotos bringt. Wenn das mit Erstrecht gekaufte Bild nun plötzlich auch in einer anderen, womöglich viel weniger anspruchsvollen Zeitung zu sehen ist, wird die Redaktion des großen Blattes mit Recht böse – und natürlich zunächst auf den völlig unschuldigen Fotografen. Eine solche doppelte Vergabe von Rechten, zumal, wenn der eine gar nicht das Recht zur Vergabe hat, ist unbedingt zu vermeiden. Sie stört das gute Verhältnis zwischen der Presse, dem Fotografen und dem Abgebildeten, und damit ist keinem gedient, am wenigsten dem Abgebildeten, dem es doch um gute Publicity zu tun ist.

Es kommt vor, daß ein privater Besteller eine Aufnahme, die er von sich hat machen lassen und die er bezahlt hat, privat weiter vervielfältigen läßt, weil er der Meinung ist, daß dies sein gutes Recht am eigenen Bilde sei. Hier aber überschneidet sich dieses Recht mit dem Urheberrecht des Fotografen, der ja sämtliche Rechte an seiner Arbeit und damit das der Vervielfältigung besitzt. Diese Komplikation konnte nur dadurch entstehen, daß man bei der Abfassung des Gesetzes von Werken der bildenden Kunst ausging. In diesem Punkt müßte das neue Gesetz also klarer formuliert werden als bisher. Das Gesetz verbietet dem Privatmann nicht, seine Fotografie auch privat zu vervielfältigen. Gewerblich und in der Publizistik darf er sie dagegen nicht verwenden, ohne die Genehmigung des Fotografen dazu eingeholt zu haben.

Zwischen den Forderungen des Urheberrechtes und ihrer Erfüllung besteht noch immer eine weite Kluft. Wie oft muß der freie Fotograf seinem Honorar nachjagen, und wie viele Male werden zumal im Ausland gar seine exklusivsten Arbeiten anonym nachgedruckt, und er erfährt es überhaupt nicht! Dieser Betrug um Geld und Ruf ist um so fühlbarer, als er ja in vielen Fällen seine Porträts nicht im festen Auftrage gemacht hat, sondern auf eigenes Risiko und ohne Honorar. Nichtsdestoweniger glaubt mancher, der Fotograf bereichere sich an den Bildern, die er, sagen wir, bei der Ankunft eines ausländischen Staatsmanns, auf einem Presseball oder in einer Konzertpause von einem berühmten Künstler aufgenommen hat und der Presse anbietet. In Wirklichkeit ist das «Geschäft mit der Prominenz» gar nicht lohnend. Ich habe noch nie einen freischaffenden Fotografen gesehen, der durch die Publikation von Prominentenfotos reich geworden wäre. Dazu ist die Konkurrenz der Vertragsfotografen, die im Dienste der großen Zeitungen stehen, und der Agenturenfotografen, die dank ihrer Organisation die Bilder von

einem aktuellen Ereignis besonders schnell verbreiten können und so alle Konkurrenz aus dem Felde schlagen, zu stark.

Sprechen wir jetzt von den Rechten, die der Fotograf zu *wahren* hat. Er darf z. B. nicht ohne weiteres aus einem laufenden Fernsehprogramm heraus fotografieren und dieses Bild dann publizieren. Er würde damit das Urheberrecht der Fernsehgesellschaft verletzen, wobei es unerheblich ist, ob im einzelnen das Urheberrecht des Kameramanns, die ebenfalls geschützte Regiearbeit eines Regisseurs, die Idee des Drehbuchautors oder die Arbeit des Bühnenbildners betroffen sind. Er müßte sich das Recht zum Publizieren einer einzelnen Szene erst erteilen lassen. Mir wurde die Genehmigung, einzelne Bilder aus Fernsehsendungen in dieses Buch aufzunehmen, beispielsweise sehr eingeengt.

Dieses vielzitierte «Recht am eigenen Bild» (KUG § 22–24) besagt: *«Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, daß er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt. Nach dem Tode des Abgebildeten bedarf es bis zum Ablaufe von 10 Jahren der Einwilligung der Angehörigen des Abgebildeten. Angehörige im Sinne dieses Gesetzes sind der überlebende Ehegatte und die Kinder des Abgebildeten, und wenn weder ein Ehegatte noch Kinder vorhanden sind, die Eltern des Abgebildeten.»*

Ohne erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet oder zur Schau gestellt werden:

1. *Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;*
2. *Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;*
3. *Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;*

(Als Versammlung gilt in der Praxis bereits eine Gruppe von mehr als sechs Personen. Anm. d. Verf.)

4. *Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.*

Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Für Zwecke der Rechtspflege und der öffentlichen Sicherheit dürfen von den Behörden Bildnisse ohne Einwilligung des Berechtigten sowie des Abgebildeten oder seiner Angehörigen vervielfältigt, verbreitet und öffentlich zur Schau gestellt werden.»

Wie so manches Gesetz wies auch dieses zunächst erhebliche Lücken und Unklarheiten auf. Lange Zeit war es strittig, wer als eine «Persönlichkeit der Zeitgeschichte» anzusprechen sei. Die Praxis und Präzedenzfälle haben schließlich bestimmt, daß nicht nur die tatsächlich berühmten Persönlichkeiten dazu gehören, sondern auch weniger bekannte Leute – z. B. jeder Bürgermeister und jeder bisher Unbekannte, der an einem Fernsehprogramm mitgewirkt hat, wodurch der Kreis derjenigen, die sich noch als «Privatperson» betrachten können, stark geschrumpft ist. Alle aber können sich gegen die veröffentlichte Fotografie Recht verschaffen und Einspruch erheben, wenn sie sich durch eine entstellende Aufnahme oder eine ehrenrührige Bildunterschrift beleidigt fühlen. Jeder, der für die Presse fotografiert wird, sollte sich daher vergewissern, für welche Zeitung und zu welchem Zweck es geschieht. Er sollte auch versuchen, die Fotos vor der Veröffentlichung zu sehen, und zwar vor allem dann, wenn sie von unbekanntem Fotografen und für eine unbekanntes Zeitung gemacht werden. Die Bildreporter bekannter Agenturen sind gewöhnlich termingebunden und

können sich, zumal wenn sie auf die Bereitschaft des zu Fotografierenden haben warten müssen, nicht immer lange mit der Regie der Aufnahme aufhalten; das Bild wird aber trotzdem gemacht, denn es soll unbedingt erscheinen. Die Folge davon kann also auch bei bekannten Fotografen ein unvorteilhaftes Foto sein, an dem dann allerdings weniger der Fotograf als das Modell schuld ist. Publicity-erfahrene Leute verzichten indessen lieber auf einen Einspruch, denn sie wissen, daß sie dadurch nur eine ungünstige Publikation erneut ins Gespräch bringen. Für den Filmnachwuchs gilt es geradezu als Rezept, sich vorbeizubenehmen und «vorbeifotografieren» zu lassen, weil man auf diese Weise oft schneller ins Gespräch kommt als mit einem braven Porträt. Ein anderes bezeichnendes Beispiel bieten die Richard-Wagner-Nachkommen, die noch nie Angst vor der Presse gehabt haben und von sich aus sofort bereit waren, einem gefürchteten Wochen-Magazin negatives Bildmaterial über sich zur Verfügung zu stellen. Man wußte ja: Negatives muß auch gebracht werden. Also sucht man lieber selbst aus, was scheinbar gegen einen spricht. Der Wiener Karl Kraus soll gesagt haben: «Leider hat der Mensch nicht selbst in der Hand, was die Leute von ihm reden, aber daß sie von einem reden, ist wichtig!»

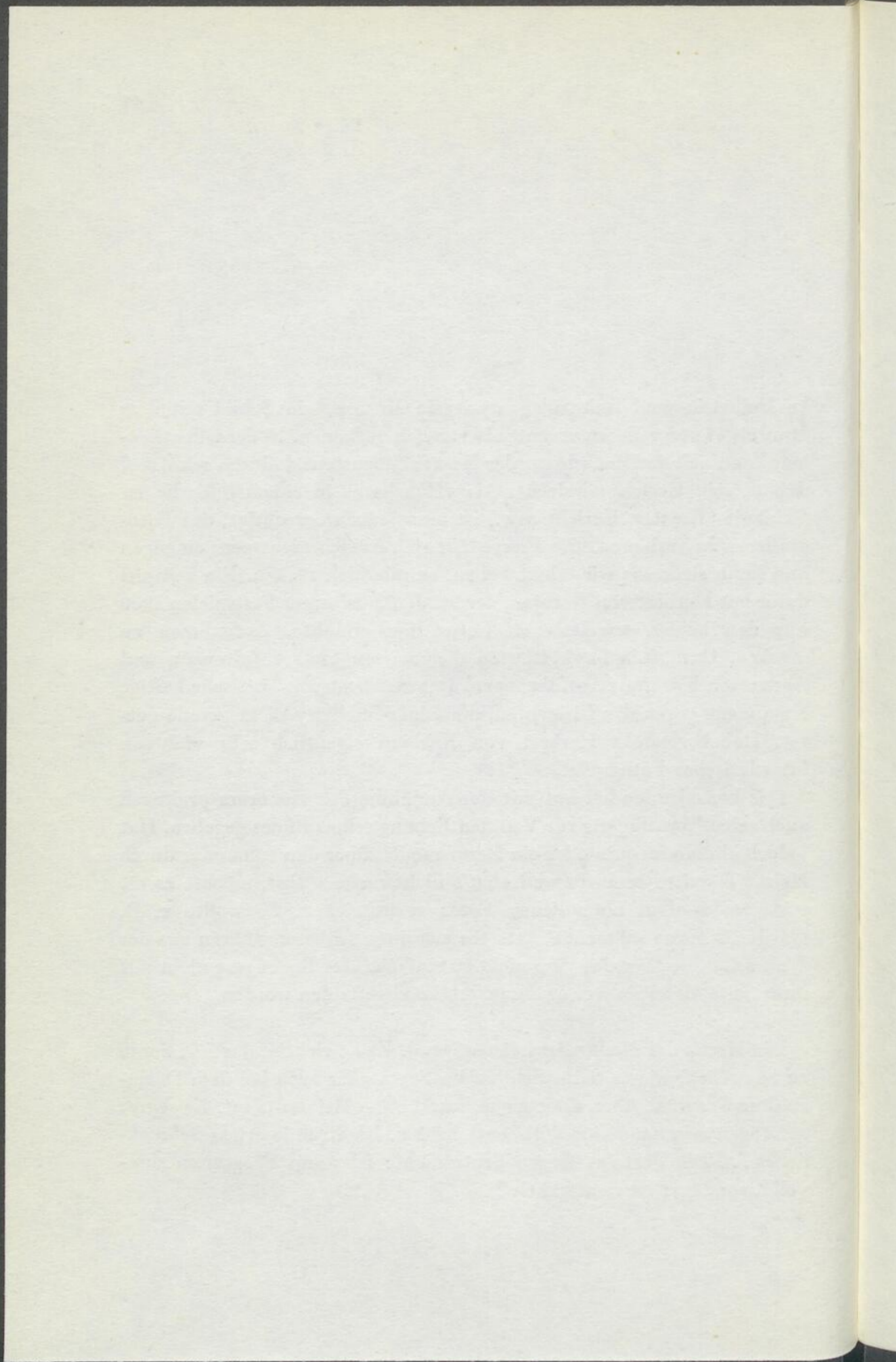
Immer geht diese Rechnung jedoch nicht auf. Es gibt Ausnahmen. Als sich der Filmschauspieler Adrian Hoven einst weigerte, sich zusammen mit einem noch namenlosen Starlet fotografieren zu lassen, tat die Nachrede der Presse seiner Popularität keineswegs gut. Die Aufnahme mit dem Starlet hätte diesem vielleicht einen Schritt vorwärts geholfen. Die Verweigerung des Bildes schadete Hoven und erweckte immerhin Sympathie für die so unritterlich behandelte junge Dame.

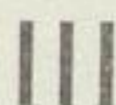
Wie steht es überhaupt mit der Weigerung, sich fotografieren zu lassen? Grundsätzlich gibt es keinen rechtlichen Schutz gegen das Fotografiertwerden. Man müßte dazu erst, wie auf militärischem Gelände,

an Industrie- und Bahnanlagen oder in Museen, ein Schild mit dem Hinweis «Fotografieren verboten!» vor sich aufbauen. In der Öffentlichkeit kann sich der Mensch vor der Kamera höchstens dadurch schützen, daß er sein Gesicht verdeckt. Als «Hausherr» in einem öffentlichen Gebäude (Theater, Gericht usw.) ist man jedoch berechtigt, das Fotografieren zu verbieten. Die Presse läßt sich freilich nicht gern einengen und kann sich, wie wir erlebt haben, empfindlich rächen. Ein Beispiel dafür bot Herbert von Karajan, der bei den Salzburger Festspielen 1960 nur den beiden zugelassenen Fotografen erlaubte, Aufnahmen zu machen. Daraufhin boykottierten die meisten großen Zeitungen und Agenturen Karajans Aufführungen. Das Resultat war eine sehr heftige Kampagne gegen den Dirigenten, die seiner Publicity nicht gerade guttat. Dabei versteht Herbert von Karajan eigentlich sehr viel von künstlerischer Fotografie.

Das bezahlte Modell hat mit der Annahme des Honorars praktisch auch seine Einwilligung zur Veröffentlichung seines Bildes gegeben. Hat jedoch ein Mannequin oder ein Berufsmodell über den Film oder durch Heirat Karriere gemacht und «hat's nicht mehr nötig», möchte es oft seine im Umlauf befindlichen Fotos zurückziehen. So wollte z. B. Marilyn Monroe später die Aktfotos aus ihren früheren Jahren aus der Welt schaffen, aber das ging nicht so einfach. Das Recht war nicht auf ihrer Seite, denn sie war ordnungsgemäß abgefunden worden.

Die Macht der Medien ist beängstigend. Es ist richtig, das mit Sorge zu bemerken, wie es Carlo Schmid im September 1960 bei dem Darmstädter Gespräch über «Der Mensch und seine Meinung» tat. Er sagte: «Fotogen sein kann eine Wahl entscheiden. Im Grunde etwas Schreckliches . . . Die Parteien fragen heute nicht: Ist unser Programm sinnvoll?, sondern: Ist es attraktiv?»





BILDBETRACHTER — BILDVERBRAUCHER

Der unsichtbare Partner

Jeder Mensch, dessen Beruf oder Berufung es ist, sich mit der Kraft seiner Persönlichkeit und seiner Sprache einem Publikum verständlich zu machen, kennt die Bedeutung des intensiven, Atmosphäre bildenden Kontakts mit dem «Gegenüber». Wem es von Natur aus nicht gegeben ist, diese notwendige «tragende» Spannung beim Zuhörer und Zuschauer zu schaffen, kann aus Lehrbüchern und in Kursen für Rhetorik und Public Relations lernen, wie man sie erzeugt. Wem es an sicheren Umgangsformen mangelt, braucht sich über die zur Zeit geltenden Spielregeln nur in den beinahe sprichwörtlich bekannten einschlägigen Kompendien zu informieren. Welche Hilfsmittel, welche Unterstützung aber stehen demjenigen zur Verfügung, der sich eines Tages von Kameras beschossen, von Scheinwerfern geblendet und von Mikrofonen umzingelt sieht? Er ist nicht ungewandt, er kann sogar agieren, wenn es sein muß, aber es fehlt ihm bei allen diesen Auftritten etwas Wesentliches: das fühlbar vorhandene Publikum. Der Mann vom Bau gibt ihm Zeichen und rückt ihn ins rechte Licht, doch ist er nicht der ansprechbare Partner für die Szene, die ablaufen soll, er ist nicht «Publikum», sondern an seinem Modell nur technisch interessiert. Der Mann mit der Kamera tritt hier als Vertreter einer Institution auf, von der man sonst nichts sieht, als Agent der anonymen und doch wohlbekanntem, gefürchteten «Öffentlichkeit». Dem Modell aber hilft er nicht; er ist kein «Echo».

Der Mensch, der als Modell vor der Kamera agiert, weiß, daß ihn sicherlich ein paar hunderttausend Menschen oder noch mehr genauso sehen werden, wie er jetzt dasteht, entweder im gleichen Augenblick (z. B. in einer Live-Sendung des Fernsehens) oder morgen in der Zeitung oder abends in der Wochenschau, in der Eisenbahn oder beim Journale-Durchblättern unter der Frisierhaube. Eine zahlenmäßig nicht so einfach zu ermittelnde, manchmal schmeichelhaft, oft gefährlich große Menschen-

masse wird sein Bild sehen und sich danach ihr Bild von ihm machen. Er weiß das, aber während er fotografiert oder gefilmt wird, fühlt er das nicht. Das macht seinen Auftritt schwieriger als den eines jeden Schauspielers, Versammlungsredners, Conférenciers. Auch die fotogenste Haltung, um die er sich bemüht, bleibt ohne spontane Reaktion eines Partners, niemand applaudiert, niemand lacht, niemand zeigt Langesweile, die man sofort auffangen könnte. Später freilich, nach der Veröffentlichung des Bildes, wird ein Echo kommen. Doch wie wird es ausfallen, und von welcher Seite wird es kommen? Ein Schauspieler merkt genau, ob er auf Beifall oder auf Ablehnung trifft. Die unmittelbare Reaktion der einzelnen Publikumsschichten trägt ihn. Das ist psychologisch ganz einfach zu erklären. Der Schauspieler *lebt* in seiner Rolle von diesem Kontakt. Der Mensch vor der Kamera *leidet* in seiner Rolle unter der aufgezwungenen Kontaktlosigkeit. Er kann sein Publikum nicht sehen und fühlen. Er kann eine leere Linse nicht so ansehen wie ein Gegenüber aus Fleisch und Blut. Der Blick ist daher «unerfüllt».

Es wird in einem späteren Kapitel davon gesprochen werden, daß der rein mimische Ausdruck des Anblickens eines Partners, der eigentlich gar nicht vorhanden ist, immerhin bis zu einem gewissen Grade erlernbar ist. Das ist nur eine Sache der trainierten Vorstellungskraft. Im Augenblick interessiert uns ein scheinbar spezielleres Problem, das jedoch in Wirklichkeit die Grundvoraussetzung für das Studium der Kunst, fotogen zu sein, darstellt. Es ist die Frage, welchen Bildbetrachter der Mensch vor der Kamera erreichen möchte. Im allgemeinen natürlich *jeden* oder doch so viele wie irgend möglich. Dem stellt sich allerdings eine wichtige Tatsache in den Weg: Es gibt verschiedene Kategorien von Bildbetrachtern (wie auch von Theaterbesuchern!), und es ist denkbar schwierig, es allen recht zu machen, bei allen gleich gut anzukommen. Da nur in Ausnahmefällen begrenzte Fachkreise angesprochen werden

sollen, nimmt man gewöhnlich zwei keineswegs gleichgroße Gruppen von Bildbetrachtern an: ein kommerziell ungeheuer wichtiges Publikum, das etwa neunzig Prozent aller Bildkonsumenten ausmacht – und diejenigen, die hohe geistige und künstlerische Anforderungen an ein Bild stellen und besonders leicht «bildmüde» sind, aber höchstens zehn Prozent der «Bildverbraucherschaft» ausmachen. Die leichter ansprechbare Gruppe ist sicherlich die erste. Die andere ist so kompliziert zu erreichen und so eigenwillig in ihrer Reaktion, daß man im Hinblick auf ihren geringen Anteil am gesamten Publikum es eigentlich aufgeben könnte, sich um sie zu bemühen. Aber zu dieser Minderheit gehören nicht nur die Künstler und Intellektuellen, die Kunstinteressierten und Kulturbeflissenen, sondern auch fast alle Journalisten und Kritiker. Darum ist diese Gruppe viel einflußreicher als die zahlenmäßige Übermacht der anderen. Diese Einteilung ist natürlich grob, und es gibt viele Überschneidungen, viele Untergruppen. Sie sind jedoch nur von Fall zu Fall definierbar.

Der Fotografierende kann dem kamera- und publikumsunsicheren Modell die Entscheidung, an wen es sich mit seinem Bild wenden solle, manchmal abnehmen. Das ist dann jedoch nicht immer freundliches Entgegenkommen. Pressefotografen müssen durch die Art ihrer Fotografie bereits entscheiden, aus welcher Sicht und für welche Betrachter der Mensch fotografiert wird. Es geschieht also im Interesse der mächtigen Medien. Das Modell kann sich nur durch eigene Aktivität schützen. Durch den «Aufbau» und die Entwicklung eines eigenen, unverwechselbaren Typs bietet sich die Chance, beide Betrachtergruppen zugleich zu erreichen, denn das Bildinteresse ist hier wie dort gleich groß. Es ist oft sogar erschreckend groß.

Bildsüchtigkeit

Geben wir einem einfachen und einem anspruchsvollen Menschen eine Zeitung in die Hand, so erleben wir, daß beide gleich reagieren. Jeder betrachtet zuerst die Bilder und fängt dann erst an zu lesen. Das Bild ist also bei allen Bildungsschichten beliebter als das Wort, wenigstens im Unterbewußtsein. Einen Text zu lesen, vielleicht gar in kleiner Schrift, erfordert größere Konzentration als das Betrachten eines Bildes, das oft genauso eine entspannende Handlung ist wie etwa das Streicheln eines netten Tieres. Das Bild, vor allem das Foto, gilt gegenüber dem besten geschriebenen Augenzeugenbericht außerdem als Dokument von weitaus stärkerer Überzeugungskraft, obwohl die Kamera (der Fotografierende) genauso lügen kann wie die Feder (der Texter) – und, was in unserer schnellebigen, sensationsgierigen Zeit vielleicht die Hauptsache ist: Das Bild informiert knapper, umfassender, aufregender, wenn es gut ist.

So wichtig indessen Dokumentar- und Informationswert guter Bilder sind, sie allein würden noch keine «Süchtigkeit», noch keinen Hunger nach Bildern hervorrufen. Die Gründe hierfür liegen tiefer. Es gibt Menschen, die mit sich selbst «nichts anzufangen wissen», die innerlich leer sind, denen es an Phantasie mangelt – so sehr, daß sie nicht imstande sind, ihr Leben über den Alltag hinaus interessant zu gestalten. Sie müssen ihr Er-Leben außerhalb ihrer selbst suchen. Da wird dann vielfach die Frage nach der sachlichen Information überlagert von dem Suchen nach der Sensation (die ja so angenehm die Nerven kitzelt, solange man nicht selbst betroffen ist). In der Tageszeitung interessiert zuerst und vor allem die «Skandälchenseite», an Lektüre werden Kriminalreißer oder pikante Liebesgeschichten, Kriegsbücher oder ähnliches vorgezogen. Mehr und mehr aber verlagert sich das Interesse vom Wort auf das Bild, das weniger Mitarbeit des Lesers erfordert – eine Entwicklung, die wohl progressiv ist, wenngleich ihre Anfänge weit zurückliegen (schon ein Wilhelm Busch mit seinen heiteren

Bildergeschichten mag das gefühlt haben). Die Tageszeitungen kommen ohne erregende Bilder nicht mehr aus, das Kino lockt mit dem Reißer, dem Western, der Show, das Fernsehen läuft wiederum dem Kino den Rang ab (der geistigen Bequemlichkeit paart sich die körperliche), und das Ende ist die Sensationsreportage in der Illustrierten oder der *Comic strip*, in dem es überhaupt nur noch einige wenige Wörter ohne grammatischen Zusammenhang gibt. Ein Beispiel ist der Fall eines fünfzehnjährigen Jungen, der einen der spannendsten Abenteuerromane der Weltliteratur (Stevensons *Schatzinsel*) ablehnte, weil er «langweilig» sei, und lieber nach seinen *Comics* griff. Hier entsteht eine Sucht nach dem Bild, die gleichzeitig eine Sucht nach der Sensation ist, die auch keine Rücksicht kennt, sondern selbst die intimsten Erlebnisse *anderer* Menschen möglichst deutlich vors Auge gebracht haben will.

Auch der eilige Mensch zieht das Bild dem Wort vor; er hat keine Zeit, er muß soviel wie möglich in kürzester Zeit «mitkriegen» und kann sich nicht in einen Text «vertiefen». Hier geht es mehr um die Information als um die Sensation; man gibt sich mit einer ziemlich oberflächlichen Unterrichtung zufrieden.

Selbst der geistig Anspruchsvolle hat Zeiten, in denen er seine Ansprüche bewußt herunterschraubt, um sich zu entspannen. Es geht ihm wie der tüchtigen Hausfrau, für die es das Schönste am ganzen Urlaub ist, daß sie sich «an den gedeckten Tisch setzen» und «ins gemachte Bett legen» kann. Wer den ganzen Tag hat geben müssen, will auch einmal empfangen. Man greift zur «leichten» Lektüre oder aber – da dieses ja noch ein Mit-Denken vom Leser fordert – zum Bild, das nichts als Aufnahmebereitschaft verlangt. Ist das Bild sanft, blaß, sagt es nichts, so schläfert es den Müden höchstens ein – aber das will er ja gar nicht; er will aufgepeitscht werden: also erfüllt das Bild nur dann seinen Zweck, wenn es wiederum die Sensation bringt.

Auch die Geleise der Ordnung, der Disziplin, in denen das Leben gemeinhin verläuft, zwingen zu einem Ausgleich. «Jenseits der Stränge fängt das Leben erst an.» Wer nicht über die Stränge schlagen darf, möchte sich wenigstens unterbewußt mit Menschen identifizieren, die den Mut dazu haben. Der brave Angestellte, der Mustergatte, der Schwächling (und sie alle genauso auf der weiblichen Seite) wollen wenigstens im Bilde die eigenen Träume wiederfinden.

Alles, was Sucht erregt, berauscht. Nicht nur Alkohol, Nikotin, Koffein – auch die Sensation und damit das Bild. Aber der Süchtige will nicht gern wahrhaben, daß er süchtig, der Trunkene, daß er betrunken ist. Deshalb verbrämen viele, die das Rauschgift Sensationsbild fordern, ihre Gier mit allen nur möglichen «anständigen» Motiven. Vor allem die Moral muß herhalten. Da heißt es in einem Leserbrief: «Warum zeigen Sie nur die zugedeckte Leiche dieses Verunglückten und seinen zertrümmerten Wagen? Zeigen Sie doch seine Familie im Augenblick, als sie die Todesnachricht erhält! Zeigen Sie, wie er selbst nach dem Unfall aussah! Das würde die Leute davon abschrecken, sich betrunken ans Steuer zu setzen!»

Offener zeigt sich die Sensationsgier schon in folgendem Leserbrief: «Lassen Sie uns den Mörder sehen in dem Augenblick, wenn er sein gerechtes Urteil empfängt!» Man will dem Unglück ganz nahe sein, man will dem Gefährlichen ins Auge sehen – und zwar zu Hause, im gemütlichen Fernsehsessel, meilenweit von jeder echten Gefahr entfernt. Und man will es ganz genau wissen: Hat die Prinzessin Tränen in den Augen, wenn sie vor dem Altar ihr Jawort haucht? Zuckt der Mörder zusammen, wenn er sein Urteil hört? Und: Was für ein Gesicht macht der Abgeordnete bei der Bundestagsdebatte? Hierzu noch ein Leserbrief einer im übrigen keineswegs geschmacklosen Zeitgenossin: «Ich habe genug Erfahrungen mit vergangenen Politikern hinter mir. Ich will jetzt ganz

haargenau den Männern selbst in die Seele sehen. Ich will sie während ihrer Debatte in Großaufnahme auf meinem Bildschirm haben!»

Daß mit solchen Forderungen Tabus verletzt werden, daß sie einen Einbruch in Sphären der Persönlichkeit bedeuten, die noch vor wenigen Jahrzehnten jedem als heilig galten (und es dem Zeitgenossen auch heute noch sind, soweit es um ihn selber geht), das kommt den Bildgierigen meist gar nicht in den Sinn – wenngleich man auch wohl schon das Wort gehört hat: «Wer in der Öffentlichkeit steht, hat kein Privatleben mehr zu haben.» Am liebsten hätte man dem Schah und Kaiserin Farah zur Hochzeitsnacht eine Fernsehkamera ins Schlafzimmer gestellt!

Dieses Angestarrtwerden, wie es sich jeder Prominente – und jeder, der durch Glück oder Unglück vor die Augen der Öffentlichkeit gezerrt wird – gefallen lassen muß, gehört zu dem Widerlichsten, was einem widerfahren kann – das sei am Rande vermerkt.

Diese Gier nach sensationellen Fotos ist aber doch auch wieder ganz menschlich: Die Politik liefert zwar täglich Berge von Bildmaterial, leider aber nicht solches, das zur (politischen oder privaten) *Entspannung* beiträgt und, in Anbetracht der unentwegt Hände schüttelnden oder Ehrenkompanien abschreitenden Staatsmänner und der wenig variierbaren Protestaktionen und Freudenkundgebungen in aller Welt, auch nicht eben viel Spannendes zu bieten hat. Hinzu kommt, daß Frauen das Bild eines Politikers nur dann beachten, wenn der Betreffende als Mann interessant ist. (Wäre Kennedy sonst wohl gewählt worden?) Die Bildredaktionen von Massenblättern müssen also ihre Reporter anweisen, in Sphären zu leuchten, die bildlich noch attraktiv sind, und je breiter die Zeitschrift oder Zeitung ist, desto mehr «Verbeugungen» werden vor dem Markt gemacht. In Ermangelung vorhandener Stoffe, die dem Sensationsbedürfnis ihrer Leser entsprechen, leuchten sie allzu-

gern in die Intimsphäre der Gesellschaft, konstruieren «schwüle Luft» und bauschen Skandale auf. Das brauchen anspruchsvolle Tageszeitungen und Zeitschriften nicht zu tun. Trotzdem müssen auch sie um des weniger anspruchsvollen Teils ihrer Leserschaft willen dafür sorgen, daß die Bildsucht befriedigt wird. Je mehr ein Publikationsorgan nach Verbreitung sucht, desto mehr muß es dieser Bildsüchtigkeit Rechnung tragen, eine Tatsache, von der auch unsere Fernsehgesellschaften ein Lied singen können. Auch sie haben große Sorgen mit der Sensationsgier der Bildsüchtigen, die sich nie befriedigt fühlen. Mancher Herausgeber der Sensationspresse entschuldigt sich mit dem Hinweis auf die Wünsche des «Verbrauchers», und dieser wiederum macht die Zeitung verantwortlich. Wir wollen hier nicht weiter nach dem wahren «Schuldigen» suchen, sondern nur feststellen, daß es in dieser Situation beinahe ein Kunststück ist, mit einem anständigen, «sauberen» Bild noch anzukommen und einen bleibenden Eindruck zu erwecken.

An den Redaktionsschreibtischen der internationalen Presse sitzen hervorragende Rechner. Sie dürfen weder Zeit noch Raum verschwenden, um verlorene Einsätze zu riskieren. Jedes Foto, das nicht ankommt, ist publizistisch tot. Und wie viele Bilder sind trotz aller Bemühung und allem sicheren Instinkt heute publizistisch nicht lebensfähig! Es heißt zwar, daß man dem bildsüchtigen Publikum jedes Thema, auch das unbequemste (Soziales, Aufrufe zu Hilfsaktionen, Moralische Wiederaufrüstung) schmackhaft machen kann, wenn man es ihm nur fotogen verpackt serviert, aber was ist noch fotogen und nicht schon zu oft gebracht, optisch abgedroschen und ermüdend? Von Bildern überfüttert, nimmt der Leser das «normale» Foto gar nicht mehr wahr. Er wählt bereits im Unterbewußtsein das wenige aus, das er verkraften kann. Das ist sein einziger Schutz vor der Überfülle. Die große Bildpresse schickt die besten Fotografen auf die Reise, denn nur sie garantieren noch den Erfolg eines Bildberichts und holen noch aus dem verbrauchtsten Motiv etwas heraus. Für die ambitionierte Presse ist der teuerste Fotograf deshalb auf weite Sicht immer der billigste.

Die Bildmüdigkeit macht sich auch in den Fotoausstellungen bemerkbar. Man gehe hinter einem beliebigen Besucher her und beobachte, wie er an vielen Bildern, die ursprünglich fotogen waren und, allein für sich betrachtet, es auch noch immer sind, vorübergeht und nur dem einen oder anderen, dessen Strahlkraft die der übrigen noch übertrifft, einen längeren Blick widmet.

Diese unbewußte Auslese ist sehr gesund. Sie fördert das Urteilsvermögen des Publikums und steigert auch die Leistungen der Fotografen. Eine weniger informativ als kommerziell arbeitende Bildpublizistik, diejenige nämlich, die im Dienste wirtschaftlicher Werbung steht und sich auf das Risiko der Auslese durch bildmüde Betrachter ungern einläßt, benutzt andere Methoden, um das Publikum zu er-

reichen. Manchmal ist es die «Holzhammermethode», manchmal aber lediglich die stereotype Wiederholung. Das ausgeklügelte Werbebild kann auch der Müdeste nicht übersehen, wenn es ihm Tag für Tag ins Blickfeld gefunkt wird.

Heute ist der Bildbetrachter so verwöhnt wie nie zuvor. Die tägliche «Bilderberieselung» hat ihn so ermüdet, daß ihn nur noch das Außerordentliche erreicht. Das normal Schöne fällt ihm nicht mehr auf.

Die Bildmüdigkeit macht sich auch in den Fotoausstellungen bemerkbar. Man geht heute einem beliebigen Besucher hin und beobachtet, wie er an vielen Bildern, die ausserordentlich schön waren und, alle für sich betrachtet, es auch noch immer sind, vorbeigeht und nur hier und da einen anderen, dessen Schönheit die der übrigen noch übertrifft, einen längeren Blick wirft.

Diese unmerkliche Änderung ist sehr gering. Sie fördert die Unzufriedenheit des Publikums und steigert auch die Leistungen der Fotografen. Eine weniger intensive als kommerziell erzielbare Bildpolitik, diejenige nämlich, die im Interesse wirtschaftlicher Wertigkeit steht und sich auf das Bild der Arbeiter durch bildliche Mittel zu verlagern erlaubt, braucht andere Methoden, um das Publikum zu er-

Der größte Teil der Menschheit glaubt Bildern mehr als Worten; denn was die Kamera festgehalten hat, muß doch wahr sein. Das Objektiv bürgt für Objektivität. Man kennt zwar die Möglichkeit der Retuschen und Montagen, hält sie aber für harmlose Schönheitskorrekturen und technische Spielereien, über die man Bescheid zu wissen glaubt.

Die wenigsten ahnen jedoch, mit welchen nuancierten Akzentverschiebungen der Fotograf (oder seine Kamera) mit Vorbedacht (oder durch Zufall) sein Objekt manipulieren kann. Das grenzt an Kunst wie an Betrug.

Man nimmt die Schönheit eines Filmstars, die in Wirklichkeit gar nicht vorhanden ist, für bare Münze. Man findet jemand lächerlich, bloß weil seine Fotos ihn lächerlich darstellen. Man nennt eine Prominente «skandalumwittert», weil es gelungen ist, durch ein paar Bilder diesen Eindruck zu erwecken, und man glaubt schließlich an ein gutes, anständiges Gesicht, auch wenn es nur eine glatte Larve ist. Das Foto gilt bei der Mehrzahl der Menschen als glaubwürdiges, einzig wahres Dokument.

Der Erfolg der Bildwerbung ist ein schlagender Beweis dafür, wie schnell die Menschen glauben, was sie sehen. Ganze Industriezweige leben von der optischen Qualität ihrer Produkte und können auf die materielle fast verzichten. Aber das ist noch harmlos. Viel gefährlicher wirkt sich die Bildgläubigkeit wiederum in der Politik aus. Die stärkere Wählermacht sind (jedenfalls bei uns) bekanntlich die Frauen. Da sie sich jedoch kaum für Parteiprogramme interessieren, bilden sie sich ihre «Meinung» nach der Bild-Publicity der Kandidaten. Und dann entscheiden sie sich für den, der am herzlichsten lacht, im Tennisdreß die beste Figur macht, oder für den, der ein Rehkitz füttert oder ein kleines Waisenkind auf dem Arm hält. Das alles hat es gegeben und gibt es immer wieder.

Auch die Machthaber der kommunistischen Länder sorgen sehr für gute Bilder, weil sie wissen, wie gläubig gerade die einfachen Kreise der

Bevölkerung das Bild hinnehmen. Über den Westen setzt man dem Volk negative Bilder oder solche mit böswilligen Texten vor, aus dem eigenen Lande aber nur positive. Es ist oft unfaßbar, daß die Bildpublikation der Sowjetpresse, die etwa achthundert Millionen Menschen versorgt, so gut wie gar keine negativen Bilder aus kommunistisch regierten Ländern zeigt. Als ob es dort nichts Negatives gäbe. Andererseits wird es den Kommunisten leicht gemacht, negative Bilder aus dem Westen zu zeigen, weil hier unvoreilhaftige Bildberichte auch aus den eigenen Ländern ganz offen gebracht werden. Da die Menschen jenseits des Eisernen Vorhangs dazu erzogen sind, das zu glauben, was sie im Bilde sehen – und da sie sich gar nicht anders informieren können –, glauben sie eben, daß der Osten gut und der Westen böse sei. Auch die Bildwirkung militärischer Aufmärsche (nicht nur in Sowjetländern!) wird für den gleichen Zweck genutzt: Paraden machen auf den einfachen Betrachter immer den Eindruck von Stärke und Sicherheit, und gerade von den Bildern glanzvoller Paraden läßt sich ein Volk nur allzu leicht einlullen.

Ist der Betrachter deshalb dumm? Keineswegs. Ist es schon für den Informierten, ja sogar für den Fotografen oft schwer, zu erkennen, welches Bild «richtig» ist, wie soll sich dann das Publikum ein Urteil über das wahre Gesicht des Dargestellten bilden? Es glaubt an das, was es sieht. Nur wenige mißtrauen.

Eine verhängnisvolle Form von Bildgläubigkeit zeichnet sich bei vielen Jugendlichen heute ab. Da die Erwachsenen ihre Kinder nicht genug daran hindern, stundenlang am Bildschirm zu kleben und ohne die geringste Auswahl Phantasie und Realität über sich ergehen zu lassen, ist es kein Wunder, wenn sich die Traumbilder auch auf den Alltag übertragen. Wenn die Logik nicht trainiert, der Gesichtskreis bei jungen Menschen nicht durch eigenes Er-Leben erweitert wird, gelten die vor-

gekauten Bilder als einzig richtiges, ausreichendes Weltbild. Man erarbeitet nicht selbst; man will ganze Entwicklungsstufen überschlagen. Man glaubt, es genüge, die Welt in Bildern zu Hause zu sehen, man brauche nicht selbst die Wirklichkeit zu erfahren und zu verdauen. Enger Horizont und Intoleranz sind die Folge. Ein Bildbetrachter ist nicht aktiv, sondern passiv. Je länger er Bilder hintereinander konsumiert, desto abgestumpfter und kritikloser wird er.

Der ernsthafte, anständige Bildberichter und das ehrliche Modell können viel dazu beitragen, daß dem Publikum in den Pressefotos eine sauberere, offenere Gesinnung dargeboten wird, indem man verantwortungsvollere Bildpolitik betreibt. Echte Fotogenität braucht keine Verstellungskunst zu sein, sollte aber auch nicht nur für die Dauer eines Wahlfeldzugs erhalten. Viele große Beispiele beweisen, daß es möglich ist, bei der Wahrheit zu bleiben.

IV

GELENKTE BILDPOLITIK

RECHENKUNDE

Die eigene Bildpolitik und die der anderen

Der Mensch, der sich fotografieren läßt, sieht sich vor der spannenden Frage, ob das Porträt ihn so zeigen wird, wie *er* sich zu sehen wünscht, oder so, wie *die anderen*, der Fotograf, die Publikationsorgane und das Publikum ihn sehen möchten. Oft stimmen die Wünsche überein, dann ist alles in Ordnung. Aber das erfährt der Fotografierte ja leider erst, wenn sein Bild publiziert ist und es für eine Korrektur ohnehin zu spät wäre. Also tut er gut daran, sein Bild von vornherein selbst zu bestimmen. Aber wie? Selbst wenn das Modell als zahlungskräftiger Kunde auftritt, ist der gute Fotograf ebensowenig wie der moderne bildende Künstler bereit, ein Porträt «nach Wunsch» herzustellen. Bei den guten Fotografen unserer Zeit ist der künstlerische Eigenwille ebenso stark ausgeprägt wie früher bei den bildenden Künstlern. Aber da der Auftraggeber sein Bild einfach nicht bezahlte, wenn es ihm nicht gefiel, wurde es eben so gemalt, daß es ihm gefallen mußte. Porträtisten wie Liebermann und Lenbach sind ausgestorben; der Hofmaler, wo es ihn, wie in England, noch gibt, dringt mit seinem Idealbild der königlichen Familie in der übrigen Welt nicht mehr durch, denn es werden täglich unzählige lebendigere Fotos von den gleichen Personen veröffentlicht. Sie haben dazu noch den Vorzug der Aktualität.

Das eigene Bild läßt sich heute nicht mehr diktieren und seine Verbreitung nicht mehr mit Sicherheit *einer* Instanz übertragen. Die «Bildpolitik», auf die sich die Päpste und Monarchen so blendend verstanden, ist komplizierter geworden. Der Dargestellte ist nur in den seltensten Fällen der direkte Auftraggeber. Gesellschaftliche Umwälzungen und die Macht der Technik haben der souveränen Persönlichkeit ein gut Teil ihres Einflusses geraubt. Nur mit größter Sachkenntnis, Konzentration und Diplomatie vermag sie das Bild, das die Öffentlichkeit von ihr empfängt, noch in die gewünschte Richtung zu lenken. Daß es dabei mit einer dirigierten Idealisierung allein nicht getan ist, scheint klar zu sein,

solange eine – in diesem Fall gesunde – Bildmüdigkeit und Skepsis der oft so fatalen Bildgläubigkeit die Waage hält.

Dennoch muß hier ein interessanter Fall von erfolgreich idealisierender Bildpolitik erwähnt werden: Bei den deutschen Bundestagswahlen von 1957 mißtraute die Partei des gerade achtzigjährigen Bundeskanzlers der durchschlagenden Propagandawirkung der realistischen (noch älter machenden) Fotografie ihres Kandidaten und ließ daher von dem Maler Aigner ein Gemälde anfertigen, auf dem Dr. Adenauer als knuspriger, braungebrannter, blauäugiger und vertrauenswürdig kraftvoll erscheinender «Mann in den besten Jahren» zu sehen war. Dieses farbige Porträt, auf Hunderttausende von Wahlplakaten gedruckt, hatte, wie man weiß, vollen Erfolg – und das in unserem fotografischen Zeitalter. Das Geheimnis war: Dieses Bild sprach eine ganze Reihe von Gefühlen auf einmal an. Die Masse glaubte die Glorifizierung, weil ihr das *bunte* Bild lebensechter vorkam als die gewohnten Schwarzweißbilder. Von diesem Bild schaute er sie nicht als strenge Obrigkeit an, sondern als väterlicher «Lenker des Geschicks aller», ruhig, überlegen, aber doch nicht diktatorisch. Bei diesem Anblick fühlten die Wähler sich sicher wie in Abrahams Schoß.

Mit einem so offensichtlich verschönenden Bild kann heute, wie schon angedeutet, nur noch der ankommen, dem man die Glorie auf Grund seiner Leistungen gern zugesteht; denn bildliche Schönheit allein lockt keinen Hund mehr hinter dem Ofen hervor. Sie hakt sich einfach nicht tief genug im Bewußtsein des Bildbetrachters fest. Der alternde Star sucht sie zwar wieder, aber beim Film wie in der Politik haftet sie zu wenig. Nur wenn kein Zweifel aufkommen kann, daß hinter der schönen Fassade auch ein bedeutender Mensch steckt, kann dieser es sich leisten, schön auszusehen. Der von Neulingen in der Publicity so oft geäußerte Wunsch, unter allen Umständen nett auszusehen, ist der erste Schritt zu

einer falschen Bildpolitik. Erstens sind Redakteure nur schwer dazu zu bewegen, nur «nette Bilder» abzudrucken, was durchaus verständlich ist, und zweitens können wir, die Betrachter, von jemand, der uns ansprechen möchte, verlangen, daß er dafür nicht nur die vordergründigsten Mittel einsetzt.

Zagende Vorsicht ist stets ein unfotogenes Element in der Bildpublicity. Man schützt sich nicht gegen die Gefahr, mit einem ungünstigen Bild in der Presse zu erscheinen, indem man betont harmlose Aufnahmen in Umlauf bringt. Das unverfängliche Bild ist profillos. Ein nichts-sagendes Amateurbildchen sollte man nicht an die Presse geben. Aus Mangel an geeigneten Bildern geschieht das manchmal.

Wer aus diesen oder jenen Gründen am liebsten gar nicht mit seinem Bild in der Öffentlichkeit erscheinen will, müßte schon auf den Mond fliehen – aber es ist nicht ausgemacht, daß ihn nicht auch dort ein Pressefotograf erwarten würde. Wir sprachen bereits davon, daß es heutzutage sinnlos ist, der Kamera entfliehen zu wollen. Besonders begibt sich der in Gefahr, der aus Furcht vor der – oft eingebildeten – Bosheit oder Unfähigkeit der Pressefotografen sich zum Diktator aufwirft und allein bestimmen will, wann und wie er aufgenommen wird. Das beobachtet man bei manchem bedeutenden Zeitgenossen, sehr zu seinem Nachteil. Das Resultat ist ungünstige Publicity oder gar ein Boykott der freien Presse. Allein die Verärgerung *eines* schlecht behandelten Fotografen vermag da manches anzurichten, denn Pressefotografen sind auch nur Menschen.

Natürlich hat das Modell ein Recht, zu wissen, von wem es fotografiert wird, wenn es sich plötzlich einem schußbereiten Pressefotografen gegenüber sieht. Man kann also etwa fragen: «Für welche Zeitung bitte?» Falls man die genannte Zeitung kennt, hat man die Möglichkeit, sich bildlich auf ihre Richtung einzustellen. Der freischaffende Fotograf ver-

mag auf diese Frage allerdings meist nicht mit dem Namen eines bestimmten Publikationsorgans zu antworten, und deshalb mißtrauen ihm zu Unrecht manche Prominente, als wäre er ein Hausierer, der seine Ware von zweifelhafter Herkunft wahllos überall anbietet. Selbst die sonst so publicitygewandte Josephine Baker gab mir keine Chance, als ich ihr der Wahrheit gemäß antwortete: «Freelance.» Dabei hätte ich ihr als freie Mitarbeiterin einiger großer deutscher Tageszeitungen durchaus attraktive Bildveröffentlichungen in Aussicht stellen können. Da sie mir keine Gelegenheit bot, sie vernünftig zu fotografieren, konnte ich nur einen Schnappschuß von ihr machen (Abb. 3). Natürlich wollte ich Josephine Baker mit einem so ungünstigen Bild niemals einer Redaktion anbieten; denn bei jeder Aufnahme steht ja auch mein Name als exklusive Fotografin auf dem Spiel.

Um noch eine Lanze für den fotografierenden Freelance zu brechen: Er wird sich – wenn auch mehr aus Diplomatie als des Berufsethos wegen – nur selten dazu bereit finden, eine bekannte Persönlichkeit für einen bestimmten, vielleicht sogar dunklen Zweck bewußt unvoreteilhaft aufzunehmen. Der Vertragsfotograf dagegen muß, wenn er von seiner Redaktion den Auftrag dazu erhält, einen Menschen «negativ» fotografieren, ob er will oder nicht; allerdings bleibt er dann meist anonym. Er wählt z. B. eine «Zwischenzeit», d. h. einen Moment, in dem das Modell gerade mit den Augen zwinkert, gähnt, hustet, stolpert oder eine andere ungünstige Haltung einnimmt. Eine solche unfaire Bildpolitik treibt «notgedrungen» manchmal die Sensationspresse. Dabei bedient sie sich der Fotogenität des Lächerlichen genauso wie der der raffinierten Schönheit. Beinahe in jeder Ausgabe an irgendeiner Stelle wirft sie so ein trauriges Bild eines Unschuldigen ihren bildsüchtigen Lesern zum Fraße vor. Wie schnell da selbst in einer verhältnismäßig seriösen Redaktion ein Gesinnungswandel eintreten kann, zeigt der Fall des Generaldirek-

tors der Ufa Arno Hauke, der aus wirtschaftlichen Gründen im Sommer 1960 entlassen wurde. Niemand fühlte sich bis dahin veranlaßt, ein ungünstiges Foto des sympathischen, frischen Burschen herauszubringen. Nun aber brachte ihn eine Illustrierte, die man bisher nicht zu den sensationslüsternsten rechnen mußte, gleich zweimal auf derselben Seite mit «verplierten» Augen. Das konnte kein unglücklicher Zufall mehr sein, das war Bildpolitik, und zwar nicht sehr anständige.

Auf ähnliche Weise wurde im Dritten Reich auf höheren Befehl plötzlich das Ansehen des Prinzen Lippe-Biesterfeld, des Gemahls der heutigen holländischen Königin Juliana, fotografisch untergraben. Daß man damals dasselbe mit allen Größen der gegnerischen Seite tat und auch noch heute tut, ist wohl kein Geheimnis.

Gegen eine negative Bildpolitik ist kein Mensch geschützt, weil die dafür erforderlichen Fotos mit der berüchtigten langen Brennweite gemacht werden können (Abb. 69). Das Opfer weiß also meistens gar nicht, daß es fotografiert worden ist. Es nützt auch nichts, immer auf einen solchen Überfall aus dem Hinterhalt gefaßt zu sein. Niemand vermag mit dem Gedanken zu leben, daß jeden Augenblick eine Bombe neben ihm platzen könnte. Man muß das vergessen, denn es macht nur unsicher.

Die Fotografen angesehener Redaktionen und auch die meist sehr versierten Agenturfotografen sind fast immer auch nach guten Manieren ausgesucht worden und richten es möglichst so ein, daß ihre Fotos weder die Ehre des Abgebildeten noch ihre eigene schädigen. Die kleine Apparatur, mit der sie arbeiten, kann ja bereits gefährlich werden, wenn sie nur rein mechanisch verwendet wird. Zu welcher heimtückischen Waffe aber wird sie erst, wenn man sie für bestimmte «Sichten» einsetzt! Der Charakter eines Fotografen ist heute für seinen Beruf von großer Bedeutung. Er ist mindestens so wichtig wie seine technische und künstlerische Begabung.

Eine Bildpolitik des Modells, die sich gegen den Fotografen und die Publikationsorgane richtet, ist also verfehlt. Die großen Möglichkeiten liegen nur in der Zusammenarbeit *mit* diesen Instanzen. Dafür gibt es glänzende Beispiele. Eines der frühesten in der Geschichte der Lichtbildnerei ist Abraham Lincolns Zusammenarbeit mit dem Fotografen Mathew Brady. Vor rund hundert Jahren wurde Lincoln Präsident der Vereinigten Staaten, und zwar nicht zuletzt mit Hilfe eines erstmalig fotografischen Werbefeldzugs (Abb. 12). «Brady made me president», bekannte Lincoln später im Weißen Haus.

Gut beraten war auch Senator Kennedy als amerikanischer Präsidentschaftskandidat von 1960, als er sich eifrig der «human interests» bediente; solche Einsätze sichern noch immer die besten Erfolge. Eine wichtige Rolle spielt dabei auch die Familie des Publicitytreibenden. Der Wahlsieg auf dem charmanten Umweg über eine sympathische, kluge und attraktive Frau ist nichts Außergewöhnliches. Auf diesem Wege gelangt, vor allem in den USA, auch das Familienfoto wieder zur Geltung. Das Volk faßt Vertrauen zu dem Mann, der genauso lebt wie alle anderen. Es möchte sein Staatsoberhaupt keineswegs nur mit gerunzelter Stirn am Schreibtisch sitzen und mit gekonntem Lächeln Diplomatenhände schütteln sehen. Daß der Präsident zugibt, auch einmal *nicht* zu arbeiten, ist den Leuten viel sympathischer. Aus dem gleichen Grund erweckt die dicke Zigarre in der Hand immer wieder «human interests». Der Zigarrenfreund gilt als gemütlicher, aber besonnener Mann. Winston Churchill ließ sich in Englands dunkelster Zeit während des Zweiten Weltkrieges nie ohne eine Zigarre zwischen den Fingern fotografieren. Sie wurde für die ganze Nation zum Symbol siegesgewisser Ruhe. Die deutsche Presse zeigte Churchill dagegen am liebsten mit der Zigarre im Mund. Nur eine kleine Manipulation bei der Bildauswahl, und schon war der Ausdruck positiver Unbesorgtheit in die Skrupellosigkeit eines

Gangsterbosses verkehrt worden – ein augenfälliges Beispiel für die oftmals krasse Diskrepanz zwischen der eigenen Bildpolitik und der der anderen. Ein Wahrzeichen seiner Politik war auch Chamberlains obligater Regenschirm. Daß er ihn ständig bei sich hatte, war nicht etwa eine Marotte. Ein Mann, der so vorsichtig ist, daß er nie ohne Schirm ausgeht, galt (und gilt) in England als konservativ und unfähig einer unangenehm überraschenden Handlung. Als sich Sir Winston von der Politik zurückgezogen hatte, wollte er weiter eine angenehme, originelle Bildpublicity behalten und setzte sein Hobby, die Malerei, dafür ein. Sie wirkte persönlich, aber nicht allzu gewichtig. Und doch verschwand er dadurch nicht klanglos in der Versenkung. In diesem publizistisch überzeugenden Umschalten Churchills auf den Ruhestand zeigte sich noch einmal, daß er etwas von Bildpolitik verstand.

Ganz anders arbeitete Mahatma Gandhi. Seine Bilder wurden zum eindringlichen Appell an die Menschheit, das hungernde und in seinem Freiheitskampf unverstandene Indien nicht zu vergessen. Die Nachrichten von seinem Hungerstreik hätten allerdings die Welt kaum bewegt, wenn man nicht allenthalben gleichzeitig den ausgemergelten Körper Gandhis zu sehen bekommen hätte. Er hatte seine erschütternde Bildwerbung in den Dienst einer humanen Idee gestellt.

Selbstlosigkeit als bildpolitisches Mittel ist gar nicht so einfach glaubwürdig darzustellen. Zu oft haben Demagogen das weiche Herz der «kleinen Leute» mißbraucht. Großen Kredit hatte der propagandatüchtige Triebverbrecher Caryl Chessman, der allein mit seiner Geschichte, der über viele Jahre hinausgezögerten Vollstreckung seines Todesurteils, der Weltpresse – diesmal sogar in Ost und West – Stoff lieferte. Sein Bild zeigte einen nicht unsympathischen, sehr einprägsamen Kopf, den Kopf eines berühmt gewordenen Kriminellen, der Bücher schrieb und der – was ihn besonders «fotogen» machte – mög-

licherweise überhaupt unschuldig war. Chessman hatte seinen Fall so geschickt mit der eigenen, fotogen gelenkten Pressepolitik verwoben, daß sich der Leser seiner noch nach vielen Jahren gut erinnern wird.

Eine aufregende Story kann natürlich immer zum einprägsamen «Aufhänger» für die eigene Bildpolitik gemacht werden. Allzuleicht aber wird ein Prominenter, der einmal die Beherrschung verloren hat oder der sich einmal in einen kleinen Skandal hat verwickeln lassen, für lange Zeit als skandalwütig abgestempelt. Er mag sich in Zukunft so normal benehmen wie er will, seine Bilder aber werden nicht so gebracht, denn das Publikum hat eine bestimmte Vorstellung von ihm und will ihm die ernste Rolle nicht glauben.

Die höhere Bildpolitik besteht zweifellos darin, zu versuchen, eine richtige, fotogene Basis zu finden, auf der sowohl die bewußten neunzig Prozent wie die zehn Prozent der Betrachter erreicht werden können. Mit *einem* Gesicht bei jedem Publikum anzukommen, ist die höchste Form «gekonnter», vorteilhaft gelenkter eigener Bildpolitik. Aber das ist nicht immer möglich. Maria Callas, die es als besonders begnadete und kluge Künstlerin nicht schwer hatte, in der anspruchsvollen Gesellschaft anzukommen, hatte auch den Mut, sich vor dem weniger hohen Niveau der Menge zu verbeugen. Die am liebsten in exklusiven Galaveranstaltungen auftretende Sängerin wußte wohl, daß sie – vor allem für den Absatz ihrer Schallplatten – auch auf die Breitenwirkung angewiesen war. Sie erreichte sie einmal durch eine Reihe selbst erdachter fotogener Raffinessen, auf die wir später noch verschiedentlich eingehen werden, dann aber auch durch ihren Ruf als exaltierter, genial-überspannter Weltstar des Gesangs. In einem gewagten Totaleinsatz der künstlerischsten und profansten Mittel siegte sie auf der ganzen Linie. Daß die einen sie für göttlich und die anderen für verrückt halten, wirkt sich auf den Erfolg ihrer Publicity (und des Geschäfts) nicht unterschiedlich aus.

Ohne Frage zählt die Callas zu den größten Sängerinnen der Gegenwart, doch geben die Experten der Stimme von Renata Tebaldi den Vorzug. Jeder, der sie gesehen hat, weiß auch, daß sie weitaus schöner als ihre Konkurrentin Callas ist. Warum hat die Tebaldi keine so günstige Bildpresse wie sie? Liegt es allein an ihrer weniger abenteuerlichen Lebensführung? Nein, ihr wesentliches bildliches Handikap ist, daß sie eine zwar teure, jedoch zu vorsichtige, leicht verwechselbare Kleidung von Allerweltsstil trägt. Die Pressefotografen können sie daher nicht so fotogen fotografieren. Die Folge: Die Redaktionen bringen ihre Bilder nicht so groß wie die der Callas. Durchschnitt und Mittelmaß, das werde ich noch öfter wiederholen müssen, sind eben keine Grundlage für eine zündende Bildpolitik.

So mancher, der heute zur Weltprominenz zählt und für seine Fotogenität keinen Finger mehr zu rühren braucht, hat das Geheimnis des Bilderfolgs erst nach langen vergeblichen Versuchen mit der Fotografie begriffen. Man konnte vor einiger Zeit beobachten, wie Prinzessin Margret beinahe von Tag zu Tag ihren Stil (Haltung und Garderobe) fotogen verbesserte und bildpublizistisch an Popularität ihre königliche Schwester bald übertraf. Zugegeben, eine Prinzessin kann sich in der Öffentlichkeit etwas mehr Freiheiten nehmen als eine regierende Monarchin, sie konnte sogar einen «armen Pressefotografen» heiraten. Das hat ihren positiven Siegeszug durch die Presse noch beflügelt. Aber es gibt andererseits Prinzessinnen, die auch bei unkonventioneller Lebensweise allen Anstrengungen zum Trotz nicht über eine gelegentliche Veröffentlichung in begrenztem Raum hinauskommen. Dagegen haben der Herzog und die Herzogin von Windsor, das «Liebespaar des Jahrhunderts», eine schon lange anhaltende, gleichbleibende Publicity. Sie sind so souverän, daß es ihnen wenig ausmacht, wenn sie auch gelegentlich komisch oder gar lächerlich herausgestellt werden. Gleichgültig, ob der

einzelne ihre Fotos unsympathisch, witzig oder bewundernswert findet, ihre Pressefreundlichkeit erhält sie im Gespräch.

Der Einfall mancher Reisenden, ihren Habitus dem Gastland, das sie gerade besuchen, anzugleichen, ist nicht sehr originell, gilt aber als freundschaftswerbend. Wenn jedoch ein Staatsoberhaupt so handelt, sieht es die Bevölkerung seines Landes in seiner Presse nicht sehr gern. Das Gegenteil wäre der patriotischen Volksseele lieber. Deshalb treten die Ministerpräsidenten der neuen afrikanischen Republiken in den Hauptstädten ihrer früheren Kolonialherren gern ostentativ in ihrer Nationaltracht auf. Erstens unterstreichen sie damit noch einmal ihre Unabhängigkeit, zweitens heben sie sich fotogener von den Europäern in offiziellen Anzügen ab.

Wie der auslandsreisende Staatsmann – und die meisten Staatsmänner halten sich oft im Ausland auf; eine für unser Problem wichtige Tatsache! – durch Unbeherrschtheit sein ganzes gutes Publicity-Programm für die westliche Hemisphäre zunichte machen kann, dafür geben der letzte Besuch Chruschtschows in Paris und sein Aufenthalt in New York anlässlich der UNO-Vollversammlung im Herbst 1960 ein groteskes Beispiel. Mit seinen polternden und ausfälligen Reden wollte er sich und den Forderungen der Sowjetunion zweifellos Respekt verschaffen. Pressefotografen und Kameraleute aus aller Welt waren zugegen, und so erschien Chruschtschow als peinliches Symbol unbeherrschten, ungehobelten, cholerischen Gebarens in allen Zeitungen, in jeder Fernseh- und Filmaktualitätenschau, und sogar nicht nur in der freien Welt – ein Beispiel, wie man auch fotogen im Sinne seiner Gegner sein kann.

Wieviel ansprechender und sympathischer wirkt dagegen die Geste, mit der sich Charles de Gaulle dem Volk zu präsentieren pflegt. Der Nicht-Franzose mag die Gestalt mit den beiden hoch in die Luft gereck-

ten Armen komisch finden, und die Karikaturisten schlachten sie denn auch weidlich aus. Aber negative Propaganda ist das mit den Armen angedeutete V (für *victoire*, Sieg) ebensowenig wie das Profil mit der überdimensionalen Nase. Das Komische daran ist besonders menschlich, und bei einem Staatsmann und Militär wird solch ein menschlicher Zug überall dankbar aufgenommen.

Besonders der Politiker muß sich also vor jeder bildpolitischen Entscheidung die Frage stellen, wo sein Bild publiziert werden *soll* und wo es publiziert werden *könnte*: nur im Inland oder auch im Ausland, etwa im nichtbefreundeten, in der Oppositionspresse, in einem kirchlichen Blatt, in einer anspruchsvollen Zeitschrift oder in einem volkstümlichen Bildmagazin? Auch der Mächtigste kann das freilich nicht genau vorher übersehen. Berücksichtigen kann er die Möglichkeiten jedoch sehr wohl.

Wer seine Fotografie auf den Zweck, zu dem sie veröffentlicht werden soll, wenigstens im großen Rahmen abstimmt, verhindert fast immer das Schlimmste. Dabei muß er sich den Gegebenheiten der jeweiligen Publikation und dem Bildredakteur zwar ziemlich genau anpassen, doch ist es besser, er tut es, als daß sein Porträt später irgendwie «passend» zurechtgestutzt wird. Nicht nur der Text, den die Zeitung veröffentlicht, wird redigiert, sondern auch das Bild muß ja in den gewissen «Stil des Hauses» passen. Es ist nicht so einfach, aber sehr nützlich, ihn gleich bei der Aufnahme richtig zu bedenken und sich darauf einzustellen. Wenn ein so gefürchtetes Wochenmagazin wie der *Spiegel* ein Foto braucht und es bei dem Betreffenden anfordert – das kommt öfter vor, als man glaubt –, ist es natürlich ganz sinnlos, ein besonders hübsches, braves Postkartenbild hinzuschicken. Es würde bestimmt nicht gebracht werden. Wer dort also ein Bild veröffentlicht sehen will, das er selbst zur Verfügung gestellt hat, muß ein ziemlich kühn pointiertes, möglichst etwas komisches und hintergründiges Foto einsenden. Wer kein solches

Bild vorrätig hat, bespreche eine geeignete Aufnahme mit einem Fotografen, der den *Spiegel*-Charakter kennt, zu treffen weiß und Positives dabei herauszuholen versteht.

Bei der Bildpublikation in Tageszeitungen kommt es darauf an, in welchem Teil ein Bild erscheinen soll. In den nüchternen Wirtschaftsteil wird der zuständige Redakteur kaum ein nonchalantes Ferienfoto des Konzerndirektors aufnehmen, sondern ein sachliches, seriöses Bild suchen; es soll ja für den Mann der Industrie Vertrauen erwecken, nicht vom Privatleben erzählen. Für das interessiert sich vielmehr die Lokalseite oder der für die «Klatschspalte» Verantwortliche. Im politischen Teil muß so viel trockenes und aus Mangel an günstigerer Gelegenheit ungeschickt aufgenommenes, aber aktuelles Bildmaterial gebracht werden, daß der Feuilletonchef und die übrigen Ressortleiter immer versuchen, für die Seiten «Kultur», «Die Frau», «Ferne Länder» und «Sport» lebendige und originelle Streubilder als Gegengewicht aufzutreiben. Dafür eignet sich ein Szenenfoto von der Theaterpremiere, das Spitzenbild einer Sportveranstaltung, das Mannequin, das den «letzten Schrei» vorführt, und gut fotografierte Schnappschüsse aus dem täglichen Leben. Konventionelle, gestellte Bilder werden auf diesen Seiten selten verwendet.

Sehen wir unsere deutschen Tageszeitungen einmal aufmerksam durch, so stellen wir oft überrascht fest: Die ersten Seiten sind sachlich-neutral bis konservativ, das Feuilleton dagegen modern bis revolutionär. Man darf ihnen deshalb jedoch nicht Inkonsequenz und fehlende Linie vorwerfen: es zeigt sich lediglich, wie weit oft die Freiheit der einzelnen Ressortchefs geht. Auch das muß bei dem Bestreben, die eigene Bildpolitik zu steuern, bedacht werden.

«Nichts ist so alt wie eine alte Nachricht.» Deshalb verlangt die Illustrierte zu dem aufregenden, faszinierenden Einzelfoto auch noch

immer eine möglichst spannende kleine Story, denn als Wochenschrift kann sie nicht so aktuell sein wie eine Tageszeitung. Sie lebt deshalb mehr von der Spannung und den Superlativen («das größte . . .», «das schönste . . .», «das schrecklichste . . .»). Selbst das Covergirl, das uns als Farbdruck entgegenleuchtet, muß schon so aufregend fotografiert sein, daß der Filmfreund wie auch der Indifferente neugierig die Illustrierte kaufen. Solch ein Titelbild eines bekannten oder noch nicht bekannten Stars ist manchmal von einer Filmgesellschaft honorarfrei zur Verfügung gestellt worden. So spart die Redaktion das hohe Reproduktionshonorar, die Filmgesellschaft teure Propaganda.

Um so anerkennenswerter sind die rührenden Versuche einer anspruchsvolleren Illustrierten, dem Leser auf dem Titel doch noch, sozusagen hintenherum, etwas über echte Kunst und Bildung zu vermitteln. So brachte die *Quick* als Blickfang ein höchst fotogenes Mädchen in farbigen, engen Hosen als malendes Covergirl. Bei näherem Hinsehen entdeckte der aufmerksame Betrachter dann in Briefmarkengröße ebenfalls auf dem Titel den berühmten Maler Oskar Kokoschka sozusagen im Schlepptau seiner unbekannteren, aber blickfangenden Schülerin. Der aktuelle Anlaß zu diesem «hintergründigen» Künstlerporträt, verpackt in Sex-Appeal, hieß: «Bericht über die Kurse der Salzburger Sommer-Akademie».

Wenn ein Zeitungsverlag, wie es fast immer der Fall ist, mehrere Publikationsprogramme herausgibt, pflegt er deren Niveau zu staffeln, um das Engagement eigener Vertragsfotografen und die abonnierten Bilderdienste rentabler auszunützen. Die anspruchsvolle Tageszeitung kann nicht viele Bilder unterbringen, braucht aber um so aktuellere und gut druckbare. Die weniger aktuellen, vielleicht künstlerisch besseren Fotos finden in einem Tiefdruckmagazin von entsprechendem Niveau Platz. Die oberflächlicheren, sensationelleren Bilder sind geeignet für das

in Grün und Lila gehaltene Wochenendmassenblatt, das dem Verlag das meiste Geld bringt, und der Rest findet vielleicht in einer vierten oder fünften Kategorie Verwendung. Das bedeutet nicht etwa, daß dieser Rest Ausschuß wäre. Ein solcher Verlag leistet sich meist nur Fotografen und Bilderdienste, deren Arbeiten immer sehr hohen bildlichen und journalistischen Ansprüchen genügen. Daß Pressefotografen sich für Tageszeitungen in erster Linie um die Aktualität und das Ungewöhnliche kümmern und erst dann Zeit und Bemühen auf die Schönheit eines Bildes konzentrieren, liegt in der Natur der Sache. Das Beste, was sie aber fast immer bieten, ist Zuverlässigkeit in den Tatsachen. Allerdings wird kein Verleger nur dem intellektuellen Publikum zugängliche Werke herausbringen. In ähnlicher Position befinden sich auch die Fotografen, die für große Presseverlage arbeiten. Aber für die Mehrheit verständlich zu fotografieren heißt nicht, daß die Fotos schlecht sein müssen.

Die internationalen Bilderagenturen haben an allen großen Plätzen und in möglichst vielen Ländern eigene Niederlassungen und fotografische Vertreter, arbeiten also in der ganzen Welt und für die ganze Welt. Bei allem Bemühen um Objektivität wird eine einseitige Sicht aber kaum zu vermeiden sein, weil das jeweilige Heimatland der Bildagentur auch eine Rolle mitspielt. Die Namen bzw. Abkürzungen der bekanntesten internationalen Bildagenturen sind: AP (Associated Press), UP (United Press), beide in den USA beheimatet, Reuter in Großbritannien, die AFP (Agence France Presse) in Frankreich, TASS in der Sowjetunion und endlich unsere deutsche DPA (Deutsche Presseagentur). Der französische oder sowjetrussische Bilderdienst wird das gleiche Ereignis in Deutschland wahrscheinlich anders akzentuieren als die nordamerikanischen Agenturen. Es ist wohl klar, daß AP- oder UP-Fotografen Probleme in Algerien anders sehen als die beteiligten

Franzosen, daß TASS Ereignisse in der westlichen Welt nicht so darstellen wird wie Reuter. Besonders die kleinen Länder aber müssen sich mangels eigener Bildvertretungen dieser Agenturen bedienen. In deren Sicht aber sehen sie dann auch ein bestimmtes Land. In diesem Zusammenhang möchte ich ein deutsches Problem erwähnen.

Nach dem Krieg existierten vor allem in überseeischen Ländern lange Zeit keine deutschen Pressevertretungen. Dadurch wurden viele Völker über die Bundesrepublik Deutschland völlig einseitig orientiert, und besonders über das sogenannte «deutsche Wirtschaftswunder» wurde nicht immer wohlwollend berichtet. Hätten wir nach dem Kriege schneller und mit verständnisvollerer offizieller Unterstützung eigene Presseagenturen im Ausland aufgebaut, so wäre durch Aufnahmen und Berichte aus eigener Sicht z. B. über unsere bedeutenden kulturellen Einrichtungen eine positive Gegenpropaganda möglich gewesen.

Noch immer spielen bei uns das Theater, die Musik, die moderne und die alte Kunst eine überragende Rolle im Leben. Jede Gemeinde in unseren Industriegebieten hat ihr eigenes Theater, ihre Konzerte und Kunstaussstellungen, sogar eine Oper. Dergleichen findet man in den Industriegebieten anderer Länder keineswegs in solchem Maße. Es wäre also über Deutschland genug wirklich Positives, Angenehmes und Unverfängliches zu berichten, das uns im Ausland keinen Konkurrenzneid, sondern Achtung und Freunde verschaffen würde. Unsere französischen Nachbarn propagieren von jeher ihre kulturellen Vorzüge, die eigentlich nur auf Paris basieren, viel mehr und halten alle leicht prahlerisch erscheinenden Lobpreisungen ihrer Wirtschaft zurück. Ich finde, das ist die bessere Bildpolitik.

Hierbei wird auch deutlich, welche große bildpolitische Rolle das Weglassen von Bildern spielt. Genau wie der Nachrichtenredakteur durch die Wahl der Nachrichten, die er bringt oder wegläßt, die eine

betont und die andere tötet und damit bereits Politik macht, so liegen die Dinge auch beim Bild. Das Kleinabbilden kann so tendenziös sein wie die betonte, groß aufgemachte Veröffentlichung der Gegenseite.

Auch der gewiegtste Manager seiner eigenen Publicity vermag, auf sich gestellt – und das ist er in dieser Sache fast immer –, gegen die ungeheuer komplexe Bildpolitik der anderen letztlich nicht allzuviel auszurichten, wenn diese ihm nicht wohl will. Überhaupt geht es weit über die Geduld, die Zeit und die Erfahrung eines Einzelnen hinaus, alle Eventualitäten der Bildveröffentlichung in jedem Augenblick in Betracht zu ziehen. Es ist das beste, sich mit einem presseerfahrenen, weit-sichtigen Fotografen zusammenzutun und ihm einen Auftrag als Bild-berater zu geben. Solch ein Fachmann ist gewohnt, mit der Presse zusammenzuarbeiten, und weiß, was dort jeweils gesucht, gewünscht und gebracht wird. Von ihm kann man meist in kurzer Zeit an Hand von Probefotos erfahren, wie man die eigenen Wünsche mit denen der Publikationsorgane und ihrer Ressorts in Einklang bringen kann. Ein vernünftiger Weg findet sich immer.

Die Wahl des Fotografen

Ein Politiker, der soeben erfahren hat, daß er von seiner Partei als Kandidat für die Parlamentswahlen nominiert worden ist, muß sich fotografieren lassen. In wenigen Tagen beginnt der Wahlkampf. Atemlos betritt er das Atelier des ihm empfohlenen Fotografen X., der ihn nach seinen Wünschen fragt. Er wolle fotografiert werden, meint der Politiker. Zu welchem Zweck, möchte der Fotograf wissen. Für die Wahlpropaganda: für Plakate, Pressebilder, Postwurfsendungen, für das Archiv und für Sonderausweise, ist die Antwort. Für welche Partei er kandidiere und welche Publikumskreise er anzusprechen gedenke, fragt der Fotograf weiter. Der Politiker ist irritiert. Das gehöre doch nicht zur Sache. Er brauche Fotos von sich, gute und vernünftige Fotos. Ob es denn so schwer sei, ihn mal zu knipsen. Er knipse nicht, sondern er mache Porträtaufnahmen, gibt ihm der Fotograf zu verstehen. Und ein fotogenes Porträt werde bei der nervösen Verfassung des Herrn und in dieser Kleidung kaum herauskommen. Man könne die gewünschte Porträt-sitzung jetzt höchstens vorbesprechen. Der Politiker begreift zunächst nicht, was es da lange vorher zu besprechen gebe. Aber er erfährt es bald. Nach und nach wird ihm klar, worauf es in der Bild-Publicity ankommt. Darüber habe er sich bis jetzt noch gar keine Gedanken gemacht, gesteht er. Nun beginnt ihn die Sache zu interessieren, und er überlegt seine Chancen für die Wahl und die Gefahren, die es zu vermeiden gilt. Man trinkt einen Kognak und entwirft dann gemeinsam einen regelrechten Werbefeldzug. Danach geht er beruhigt nach Hause, um am anderen Tag entspannt, frisch rasiert und in fotogener Kleidung zu den Porträtaufnahmen zu erscheinen.

Dieser Herr und Anfänger auf dem Gebiet der Publicity geriet zu seinem Glück sofort an einen Fotografen, der nicht nur etwas von der kaufmännischen Seite seines Fachs versteht, sondern auch von der psychologischen Wirkung der Fotografie. Ein guter Fotograf muß in

zweifacher Hinsicht ein guter Menschenkenner sein. Er muß genauso in das Wesen des Modells wie in das des Bildbetrachters hineinsehen. Wenn er die Eigenarten des einen wie des anderen in einem Bilde koordinieren kann, wird die Aufnahme ein Erfolg. Die Fähigkeit dazu ist natürlich nicht jedem Fotografen gegeben. Die Wahl des *richtigen* Fotografen ist daher eine wichtige Vorentscheidung für den, der sich in eine erfolgreiche Bildpolitik stürzen will. Die Voraussetzung ist allerdings, daß er überhaupt wählen *kann*. Manch einer wird über Nacht prominent und muß sich völlig unvorbereitet Fotografen und Kameramännern stellen, die er nie gerufen hat und gegen die er sich auch kaum wehren kann.

Weder den Kameramann bei Film- und Fernsehaufnahmen noch den Pressefotografen kann man sich in der Regel, selbst wenn man noch so berühmt ist, aussuchen. Wenn einem die Nase eines bestimmten von einer fremden Institution geschickten Fotografen nicht gefällt, ist die einzige Möglichkeit, sie nicht anzuschauen. Ein indigniertes Gesicht wäre verständlich, aber nicht ratsam, da man es auf dem Foto später wiedersehen würde. Es ist also besser, sich mit dem Fotografen gut zu stellen, und er selbst wünscht gewiß auch nichts anderes als ein gutes Einvernehmen.

Seinen Fotografen selbst wählen kann man eigentlich nur bei Porträtaufträgen für eigene Werbezwecke, Ausweisbilder, Repräsentations- und Geschenkfotos. Wie findet man dafür den richtigen? Das ist nicht nur eine Frage des Zwecks und der Qualität, sondern auch der Finanzen. Man kann sich z. B. ein Abendkleid selbst schneiden, für wenig Geld in einer Kaufhalle kaufen, oder aber es bei einem Pariser Couturier entwerfen lassen. Es kommt immer nur darauf an, wieviel man dafür anzulegen imstande ist. Ähnlich ist es bei der Fotografie. Man kann entweder einen Amateur bitten: «Knips mich doch mal eben!», man kann in das nächste Fotogeschäft gehen oder einen der Spitzenfotografen von New

York oder London (nein, die sitzen ausnahmsweise nicht in Paris) beauftragen. Für etwa die gleiche Summe, die ein Modellkleid von Balmain kostet, erhält man dann auch ein persönliches und künstlerisches Porträt von ebenso großer Klasse.

Soll sich ein Mann von einem Fotografen fotografieren lassen oder lieber zu einer Fotografin gehen, und wo ist die Frau besser aufgehoben? Diese Frage ist entscheidender, als es den Anschein haben mag. Aus meiner eigenen Praxis muß ich offen sagen, daß ich aus mancherlei Gründen Männer lieber und auch besser zu fotografieren glaube als Frauen. Männer haben mehr Mut zum Profil, sie «öffnen sich», wenn man ihre Intelligenz anspricht, schneller. Man kann mit ihnen über alles mögliche, sogar über die Fotogenität ihres Gesichts, ziemlich frei diskutieren und sie mit einem Gespräch oder auch nur mit einem Gedanken leicht führen und noch in Spannung halten – ich meine in fotogener Spannung, nicht in nervöser –, während sie fotografiert werden. Frauen sind viel weniger mutig und weniger sachlich. Sie wollen meistens nur schön sein und bringen Vorurteile mit, die sich auch nach langer Sitzung manchmal nicht aus den Zügen eliminieren lassen. Die berufstätige Frau ist weniger kompliziert, da sie mitten im Leben steht, also täglich ihre Intelligenz beweisen und sich unter Kontrolle halten muß. Die Hausfrau bringt der Fotografin zwar von vornherein rührendes Vertrauen entgegen, dafür ist sie aber meist weniger interessant und als Modell besonders unfotogen. Dieser Frauentyp ist auf jeden Fall besser daran, wenn er einen Fotografen aufsucht.

Frauen untereinander sind nie ganz sachlich, oder eine von ihnen ist ein Neutrum. Selbst wenn das weibliche Konkurrenzgefühl während der Porträtsitzung nur ganz im Unterbewußtsein vorhanden ist, macht es sich auf der Aufnahme hinterher oft störend bemerkbar. Ich habe heute, in reiferen Jahren, menschlich und künstlerisch einen guten Kontakt zu

jungen Frauen, die mich nicht mehr als Konkurrenz ansehen. Enger Kontakt ist für das Zustandekommen eines guten Porträts von größter Bedeutung. Zwischen Mann und Frau ist er auch auf dem Gebiet der Fotografie sicherlich schneller hergestellt und intensiver als zwischen zwei Frauen. Ausnahmen gibt es allerdings immer.

Männer lassen sich gleich gut von Frauen wie von Männern fotografieren. Gegenüber dem anderen Mann empfinden sie keinen Konkurrenzneid, denn der bezieht sich ja bei ihnen höchstens auf die gesellschaftliche Stellung und den beruflichen Erfolg, und in dieser Hinsicht entstehen bei der Zusammenarbeit mit dem Fotografen wohl kaum Reibungsflächen. Der Fotografin gegenüber schließen sie sich meistens genauso schnell auf wie die Frau gegenüber dem Fotografen. Alle Spannungen, die dabei entstehen können, sind sozusagen fotografisch gesund.

Eine weitere Überlegung wäre, ob sich der Mann sehr männlich und die Frau sehr weiblich oder beide etwas gemildert fotografieren lassen wollen. Wenn diese Frage von Bedeutung ist, sollte man den Fotografen nicht nach seinem Geschlecht wählen, sondern nach seiner maskulinen oder femininen «Handschrift».

Es klingt paradox, aber ein Porträtfoto wird immer so aussehen wie derjenige, der es aufgenommen hat, oder sagen wir besser: wie sein Urheber. Überwiegt bei einem Fotografen (oder einer Fotografin) das männliche Element, so werden die Porträts, die er macht, etwas Kraftvolles, Beherrschendes ausstrahlen. Der schwächliche Sohn eines bedeutenden Vaters wäre bei einem solchen Fotografen in den richtigen Händen. Im Gegensatz dazu müßte sich die Unternehmerin, die keinen Wert darauf legt, als herrschsüchtiges Mannweib zu erscheinen, dem mehr femininen Fotografen anvertrauen. Diese genannten Typen sind nicht immer klar zu unterscheiden; es gibt Überschneidungen und es gibt

noch andere Charakteristika: z. B. den kompromißbereiten, unterwürfigen und seinen Gegenpol, den unabhängigen Fotografen.

Wer keine eigene Meinung hat oder sie nicht zu äußern wagt, wird den Porträts, die er macht, denselben Eindruck mitgeben: der Abgebildete wirkt unentschieden und profillos. (Bei solchen Übertragungen handelt es sich um unbewußte Vorgänge, die nichts mit der bewußten oder gewollten Manipulation zu tun haben und diese in ihrer Wirkung sogar abschwächen können.) Ganz anders ist die Handschrift des harten, kompromißlosen Fotografen. Seine Besessenheit kennt keine Rücksichtnahme auf den Dargestellten, ob es ein anonymer oder ein prominenter ist. Als veritabler, eigensinniger Vergewaltiger setzt er seinen Stil durch und ist deshalb oft unbeliebt, besonders wenn schon gewisse – vielleicht ganz richtige – Vorstellungen und Erfahrungen bei einem Abgebildeten bestehen, wie sein Bild aussehen müßte. Für ein Modell, das selbst Führereigenschaften hat, ist es besonders schwierig, mit solchen eigenwilligen Fotografen zu arbeiten, aber meistens lohnt es sich im Endeffekt, nämlich in der publizistischen Auswirkung eines Bildes, doch. Da sie kühn fotografieren, fotografieren sie immer auch originell und fotogen. Sie verstärken nicht nur die charakteristischen Merkmale des Originals, sondern sie geben auch dem Gesichtlosen ein Gesicht. Das ist eine Lösung, wie ein Dutzendgesicht zu einem Profil kommen kann.

Wovon lebt ein Porträt?

Warum fasziniert uns noch heute Nofretete, das Porträt der schönen Ägypterin, das vor über dreitausend Jahren geschaffen wurde? Es ist die Persönlichkeit der jungen Königin selbst, und es ist die Gestaltungskraft des Künstlers. Hier haben sich Modell *und* Künstler gegenseitig befruchtet. Bei diesem Kunstwerk deuten sich drei mögliche Antworten an auf die Frage, wovon die Abbildung eines Menschen «lebt» – wenn sie überhaupt lebt, und das wäre die vierte Möglichkeit: Es gibt Bilder, von denen gar nichts ausgeht, die tot sind.

Denken wir an die Porträts von Adenauer, Ernest Hemingway, Ezra Pound, Edith Sitwell oder Sofia Loren, so sehen wir, daß die Ausstrahlung ihrer eigenen Persönlichkeit bereits ausreicht, uns zu beschäftigen. Sie wirken selbst dann noch auf uns, wenn ein mittelmäßiger Fotograf sie aufgenommen hat. Andere Bildnisse erregen aus einem anderen Grunde unsere Aufmerksamkeit, doch geht ihre Ausstrahlung nicht von dem Dargestellten aus, sondern der Fotograf hat irgend etwas hinzugetan. Er hat das Bild durch seine Manipulation erst zum Leben erweckt. Seine Gestaltungskraft hat aus einem ziemlich alltäglichen Gesicht einen «Kopf» gemacht, wie im vorangegangenen Kapitel schon gesagt wurde. Manchmal aber verleiht der Fotograf seinem Bilde nur äußerliche Reize. (Halsmann in den USA fotografierte die Prominenz im Sprung. Weegee frappte durch groteske Verzerrungen, ebenfalls angewandt bei bekannten Persönlichkeiten. Oder Avedon, sonst ein besonders ästhetischer Fotograf, karriert als Pointe, als «Gag» die Altersfalten bei Madame Chanel oder Somerset Maugham.) Gewiß ist auch der Schock ein Mittel, ein Bildnis zum Leben zu bringen. Aber diese Methode ist sehr laut und in gewissem Sinne auch gewagt.

Der Idealfall ist natürlich die Begegnung eines fesselnden Modells mit einem hervorragenden Bildgestalter. Das traf nicht nur bei dem Porträt der Nofretete zu, sondern das haben wir auch bei manchen Filmen der

Garbo erlebt. Die ausdrucksstärksten Großaufnahmen entstanden nicht im großen Filmstudio, in dem ein Heer von Mitarbeitern zusah, sondern erst nachts, wenn Mauritz Stiller – mit schon vorher genau eingestellten Scheinwerfern – ganz allein mit ihr arbeiten konnte. Auch Irving Penn hat seine faszinierendsten Modefotos nur in der Zusammenarbeit mit der ebenfalls gebürtigen Schwedin Lisa Fonssagrives geschaffen, die damals bereits über vierzig war (eine junge schöne Frau kann solche Reife noch nicht haben). Dieses überschlanke, sportlich-rassige Mannequin, das später seine Frau wurde, hat einen ganz wesentlichen Anteil an Penns neuartigem, «unterkühltem» Stil. (Bis dahin waren die Mannequins molliger.) So ein inspirierender, schöpferischer Funke sprang auch über, als Hugo Erfurth einst den reifen Paul Klee und viele andere bekannte Persönlichkeiten porträtierte, die ihm künstlerisch verwandt waren.

Diese Einsicht, wovon ein Bildnis seinen eigentlichen Reiz bezieht, wodurch es *lebt*, ob durch Modell, Darsteller oder durch beides, gehört nicht zur eigentlichen Kunst, fotogen zu werden. Aber für den Laien ist es zumindest aufschlußreich, Bescheid darüber zu wissen, wo die Wirksamkeit eines Modells aufhört und der Fotograf entscheidend wird.

Wie viele Gesichter hat ein Mensch?

Der hoffnungsvolle Politiker, der einen Fotografen aufsuchte, um von sich Bilder für Wahlplakate, Pressebilder, Postwurfsendungen, für das Archiv und für Sonderausweise machen zu lassen, dachte eigentlich nur an zwei oder höchstens drei Aufnahmen, von denen er sich dann von der besten für «alle Zwecke» Abzüge bestellen könnte. Auch seine Frau und seine Mutter sollten welche bekommen. Der Fotograf mußte ihm dagegen sagen, daß er mit zwei oder drei Aufnahmen unmöglich so extrem verschiedene Bildbetrachter würde ansprechen können. Der Mensch hat unzählig viele Gesichter, jeder kennt ihn mit einem anderen und möchte ihn auch so sehen. Das ist nicht zuviel verlangt. Ein Mensch braucht sich also keineswegs zu verstellen, um so auszusehen, wie ihn seine Angehörigen, seine Verwandten oder das Publikum zu kennen meinen. Eine Mutter möchte ihren Sohn, auch wenn er Karriere gemacht hat, immer noch so sehen, wie er als Kind war. Zu der Aufnahme für das Wahlplakat würde sie sagen: «Da siehst du ja so würdig aus! So bist du gar nicht.» Für sie bleibt ihr Sohn auch als erfolgreicher Abgeordneter noch das ewige Kind, lachend, glückstrahlend, aber anlehnungsbedürftig. Seine Frau dagegen, die ihn als Kind gar nicht gekannt hat, liebt mehr einen gutaussehenden, charmanten, zuverlässigen Mann. Auf dem Bewerbungsfoto für einen verantwortungsvollen Posten müßten die familiären Züge durch den Ausdruck von Korrektheit, Selbständigkeit und Ausdauer ersetzt werden. Wichtig ist gelegentlich auch die Entscheidung, ob es günstiger wäre, als Jasager zu erscheinen, oder ob es nicht doch als Zeichen besonderer Energie ganz angebracht wäre, eine eigene Meinung oder gar den Neinsager hervorzukehren. Für die Bildpropaganda in protestantischen Ländern, z. B. im Norden Europas, müssen die Aufnahmen ganz anders aussehen als in südlichen, katholischen Gebieten. Der Konzerndirektor, der in seiner Werkszeitung abgebildet werden soll, wird sich besser als «Kamerad» statt mit typischem

«Arbeitgeberkopf» porträtieren lassen. Der Politiker, der Wahlchancen in einem Arbeiterviertel haben will, darf auf dem Plakat nicht wie ein Modefatzke aussehen. Man weiß, wie schnell Arbeiter und ihre Frauen betont modisch gekleidete Männer albern finden. «Gesuchte» Kleidung birgt leicht die Gefahr, ihrem Träger einen fragwürdigen Heiterkeitserfolg einzubringen, wenn beim Betrachter auch nur mit der leisesten Möglichkeit von Mißgunst zu rechnen ist. Jeder Mensch, der seine Publicity breit und differenziert streuen möchte, braucht also eine richtige kleine Bildergalerie höchst verschiedener Aufnahmen von sich, die trotzdem alle «typisch er» sein können. Es gibt zwar unwahre Bilder, aber es gibt keinen Menschen, von dem es nur ein einziges wahres Bild gäbe (Abb. 7-11).

Der Laie glaubt manchmal, er könne dieses Problem einfach dadurch lösen, daß er für seine Porträtaufnahme «die goldene Mitte» wählt. Er meint, damit ecke er nirgendwo an und vergebe sich nichts. Das Resultat wird dann immer nur ein mittelmäßiges, nichtssagendes, unentschiedenes Bild sein, wenn auch im üblichen Sinne manchmal «schön». Das mag als Geschenk für eine Frau hingehen, die Öffentlichkeit läßt es kalt.

Der gute Fotograf kann eine frappante Gewalt über das menschliche Gesicht und seine Ausdruckskraft entfalten. Er vermag es durch Regie und Technik bis an die Grenzen der Ähnlichkeit zu führen und zu verändern. Diese Regie, die sowohl ins Positive idealisieren als auch Negatives aufdecken kann, hat bei der Veröffentlichung ebenfalls ihre guten und schlechten Seiten. Wer allein durch sein Bild mit dem Publikum Verbindung aufnimmt und nicht damit rechnen muß, ihm persönlich zu begegnen, mag getrost in der gedruckten Publicity ein idealisiertes Bild von sich verbreiten lassen, das ihm nicht mehr ähnlich sieht. In dieser Weise werden uns z. B. als Werbefotos nicht mehr ganz junge Film-

stars beiderlei Geschlechts serviert, die wir auf dem Bildschirm oder im Leben nicht wiedererkennen würden. Aber man sollte die Gutgläubigkeit der Menschen nicht unnötig strapazieren. Sie könnten sich durch Mißtrauen im ungeeignetsten Augenblick rächen.

DIE DIKTATUR DER TECHNIK

Es ist bekannt, daß die Technik – in welcher Form auch immer und wie perfektioniert sie auch sein mag – in unserem Leben nicht nur eine dienende Rolle spielt, sondern sozusagen als Gegenleistung für ihr präzises Funktionieren dem Menschen ihre Diktatur aufzwingt. Diese Diktatur macht sich in jeder einzelnen Phase der Fotografieherstellung, vom Beleuchten des Objekts bis zur Laborarbeit und Publikation des Bildes, auf empfindliche Weise bemerkbar. Eine Reihe solcher Handikaps müssen leider einfach hingenommen werden; die meisten unerfreulichen Nebenerscheinungen lassen sich jedoch ausschalten. Dem erfahrenen Fotografen sind die verschiedenen Möglichkeiten, mit den negativen Auswirkungen fertig zu werden, vertraut. Das Modell als sein Mitarbeiter kann von sich aus ebenfalls eine Menge dazu beitragen, die Technik zu «überlisten», ihre diktatorischen Gesetze zum eigenen Vorteil umzubiegen und aus den Gegebenheiten noch «etwas zu machen».

Das unerläßliche Element jeder Fotografie ist bekanntlich das Licht. Die Lichtführung bestimmt wesentlich den Charakter des Bildes. Man unterscheidet dabei allgemein zwischen *Tages-* und *Kunstlicht*. Fast jedes Tageslicht bis zur Dunkelheit ist fotografisch einsetzbar. Unter Kunstlicht versteht man: Blitzlicht, die normale (elektrische) Raumbeleuchtung und Lampen mit besonders hoher Lichtintensität. Entscheidender aber als die Art des Lichtes ist für das Modell die Richtung, aus der es kommt.

Man kann mit gerichtetem oder mit ungerichtetem Licht beleuchten. Das natürliche Vorbild für *gerichtetes* Licht ist die Sonne (Abb. 25 u. 26). Leider hat sie den Nachteil, daß man sie nicht dirigieren kann; Fotograf und Modell müssen sich nach dem Sonnenstand richten. Kommt das gerichtete Hauptlicht genau von vorn, leuchtet es alle Falten weg (Abb. 27), kommt es von der Seite, werden nur die höher liegenden Partien erhellt, alle Vertiefungen – Stirnfalten, Augenringe, Mund- und Nasenfalten – liegen im Schatten. Das Gesicht wirkt faltig (Abb. 24). Gerichtetes Vorderlicht erspart Retusche, Seitenlicht macht sie wünschenswert. Die Richtung der Hauptlichtquelle bestimmt also das jüngere oder ältere Aussehen.

Kommt Licht von allen Seiten ohne eine hervorstechende Beleuchtungsquelle, so spricht man von *ungerichtetem* Licht. Das ist z. B. die vorher eingeleuchtete Grundhelligkeit im Fernsehstudio bei Live-Sendungen (Abb. 17) und im Freien der wolkenverhangene Himmel (Abb. 75). Das Gesicht erscheint älter, weil kein dominierendes Vorderlicht die Falten mildert.

Die beiden Einleuchtungsmethoden wirken sich auf dem Menschengesicht also verschieden aus: dominierendes Vorderlicht macht jünger, aber auch dicker, Seitenlicht und auch ungerichtetes Licht machen plastischer, schlanker, aber auch älter.

Das billigste Licht ist natürlich das Tageslicht. Leider schwankt es in der Intensität und in der Richtung, es ist daher nicht zuverlässig. In der Publizistik wird es höchstens von Pressefotografen benutzt, die mit guter Druckwiedergabe rechnen können, sonst mehr als Zusatzlicht verwendet. Um die störenden Schattenpartien bei Sonnenlicht aufzuhellen, die im groben Raster der Tagespresse zu kontrastreich herauskommen, gibt der aktuelle Pressefotograf meistens einen zusätzlichen Blitz von vorn. Der Spielfilm nimmt Scheinwerfer oder Metallblenden, um die tiefsten Falten etwas «auszubügeln». Der Nachteil ist dann natürlich wieder, daß das Gesicht dicker und flacher wird.

Das zuverlässigste Licht in bezug auf Intensität und Richtmöglichkeit ist das Kunstlicht. Verschiedenes kann dabei lästig werden: die Grelle, die Hitze der Glühbirnen und das unangenehme Gefühl, angeleuchtet zu werden. Das Bewußtsein, im Scheinwerferlicht zu stehen, allein kann schon genügen, einen Menschen zu irritieren. Im Grunde jedoch ist alles nur Gewohnheit, und auch die Beleuchtungsverträglichkeit läßt sich trainieren.

Die Kunstlichtbirnen im Atelier des Berufsfotografen haben im allgemeinen die noch ganz erträgliche Stärke von 500 Watt. Das Paßbildmodell, das diesem Licht nur für wenige Augenblicke ausgesetzt ist, empfindet es aber schon als grell. Wer längere Zeit in diesem Licht sitzt, hat es nach einer Viertelstunde vergessen. Ich höre immer wieder die Klagen: «Ich habe bei diesem Licht so kleine Augen. Ich vertrage keine Helligkeit.» In Wirklichkeit liegt es nur selten an den Augen, die ganz normal reagieren. Es wird nur nicht abgewartet, bis sie sich auf das stärkere Licht eingestellt haben.

Ein anderer sagt von vornherein: «Sobald ich ins Licht sehe, tränen mir die Augen...» Niemand braucht ins Licht zu sehen. Die meisten werden aber von der Lichtquelle magisch angezogen. Um meine Modelle

abzulenken, beginne ich eine Diskussion über ein Thema, das sie interessiert. Nach einer Weile kommen wir allmählich wieder auf den eigentlichen Anlaß des Besuches zurück, und ich höre fast immer die Feststellung: «Jetzt finde ich das Licht schon viel weniger grell als zuvor.» Der Fotograf kann übrigens diese Reaktion gut verfolgen. Die Augen, die beim ersten Schock schmal und zusammengekniffen sind, werden zusehends größer, bis sie normal aussehen.

Auf die Gewöhnung an das Scheinwerferlicht folgt nach einer Zeitspanne von etwa gleichlanger Dauer eine sichtliche Ermüdung. Ich habe beobachtet, daß ein Baby, das von zwei Nitraphotbirnen zu je 500 Watt beleuchtet wird, sich nach fünfzehn Minuten an das Licht, die neue Umgebung und meine Assistentin gewöhnt. (Ich sage mit Absicht nicht: «an mich gewöhnt», denn mich bemerkt das Baby meist gar nicht, da ich hinter den Lampen stehe, die es blenden.) Nach etwa dreißig Minuten muß die Standaufnahme beendet sein. Länger darf man kleine Kinder und alte Leute dem starken Licht nicht aussetzen, oder man erzielt dann keinen lebendigen Ausdruck mehr. Bei Erwachsenen darf sich diese Spannungskurve in einer Porträtsitzung bis zu anderthalb Stunden ausdehnen. Sie kann verlängert werden, wenn man dazwischen Pausen einlegt.

Die Beleuchtung im Film- und Fernsehstudio ist schon weit stärker und viel unangenehmer als im Fotoatelier. Das ist technisch bedingt, denn bei Szenenaufnahmen muß oft eine große Tiefe scharf abgebildet werden. Laurence Olivier hat in seinem Film *Hamlet* das bewunderungswürdige Extrem erreicht, durch ungeheure Lichtmengen sowohl vorn den Kopf seines Hamlet wie weit hinten die Menschengruppen gleich scharf und unverzeichnet zu filmen. Schärfentiefe verlangt starke Abblendung, aber dadurch erfordert sie viel mehr Licht als ein Porträt im Atelier. Zusätzlich müssen die Scheinwerfer sehr weit reichen. Sie sind

darum von innen verspiegelt oder haben Linsensysteme. Die große Reichweite ist nötig, weil die Lampen außerhalb der oft weitläufigen Dekoration aufgebaut werden und trotzdem den agierenden Darsteller stark genug beleuchten müssen. Linsenscheinwerfer (Effektlichter, auch *Spotlights* genannt) lassen sich härter und weicher einstellen. Im Fernsehen benutzt man sie auch, um zwei Dunkelheiten gegeneinander abzugrenzen. Im Film und in der modernen Fotografie sind heute möglichst natürlich wirkende Einleuchtungsmethoden üblich. Die sogenannte «Hollywood-Haargloriole» ist passé. Da aber auf dem kleinen Bildschirm ein dunkelhaariger Mensch auf dunklem Grund «absäuft», kann nicht darauf verzichtet werden, rechtzeitig klare Abgrenzungsflächen einzu-leuchten. Die Sendetechniker lieben diese schmalen, harten Trennstriche allerdings genausowenig wie die harten, übergangslosen Kontraste von Schwarz und Weiß, weil sie leicht «rauschen».

Wie schon gesagt, ist Seitenlicht für das jugendliche Aussehen heikel. Bei Fernseh-Live-Sendungen aber wird der zu bespielende Raum zunächst ganz mit starkem Grundlicht von allen Seiten ausgeleuchtet, und durch zusätzliche Scheinwerfer werden bestimmte Personen aus der Szene hervorgehoben. Da sich das Modell bei Live-Aufnahmen bewegt, kann es leicht aus der eingeleuchteten Position hinausgehen, ohne es zu merken, und steht dann im unvorteilhaftesten Licht oder gar mit dem Gesicht in einem nicht ausgeleuchteten «Loch». Dadurch werden überflüssigerweise Ohren und Seitenpartien betont, während das Gesicht selbst im Halbdunkel liegt. Oder ein Seitenscheinwerfer verstärkt die Mimik des Dargestellten übertrieben. Oft wird auf diese Weise auch ein reizvolles Dekolleté zu einem nicht sehr ästhetischen Anblick. Ich erinnere mich an eine Live-Sendung mit einer bekannten schönen Sängerin, die in einem hellen, tief ausgeschnittenen Abendkleid auftrat. Die widrigen Lichtverhältnisse zerstörten diesen Auftritt geradezu. Ich

kann mir denken, daß mancher Zuschauer vor dem Bildschirm dachte: «Sie hat eine herrliche Stimme, ist aber alt geworden und ganz und gar nicht telegen.» Dabei wäre die Situation einfach zu retten gewesen, wenn die Sängerin bei dem improvisierten Live-Licht ihr Gesicht mehr dem Hauptscheinwerfer zu- statt von ihm abgewendet und in Anbetracht der unvorhersehbaren technischen Gegebenheiten ein nicht minder kostbares, aber am Halse geschlossenes Kleid getragen hätte.

Der Film kann sein Licht viel genauer placieren und Schattenpartien, die zu stark sind, aufhellen, weil das Licht ja immer nur auf eine Kamera hin ausgerichtet wird. Darum sieht man auch im Spielfilm, wie ältere weibliche Stars, die sich bewegen, trotzdem jungmachend beleuchtet sind: Ein weich gestellter Scheinwerfer als Führungslicht «verfolgt» dann das Gesicht und beleuchtet es stets von vorn und leicht von oben. Alle Falten sind geglättet. Das Doppelkinn bei dickeren Menschen verschwindet bei dieser Methode ebenfalls im Dunkeln.

Der Pressefotograf hat meistens keinen Scheinwerfer bei sich und natürlich auch keine Zeit zu einer umständlichen Einleuchtung. Er ist auf das Blitzlicht angewiesen. Eine sehr brauchbare Erfindung, aber nicht ganz einfach in der fotogenen Anwendung und Auswirkung. Der Blitz schafft durch hohe Lichtintensität und die dadurch bedingte kleine Blende eine scharfe Abbildung noch weit in die Tiefe. Darum wird er gern angewandt.

Die Weißreflexion von Fleisch und heller Kleidung an Kinn- und Halspartie aber ist immer eine äußerst mißliche Begleiterscheinung aller starken Beleuchtungsarten – doch darüber später noch mehr –. Der schnelle, außerordentlich materialgerecht wiedergebende Blitz ist das einzige ganz zuverlässige Licht, das ein aktueller Fotograf ohne störende Kabel und umständlichen, zeitraubenden Aufbau mit sich führen kann. Aber sein Diktat für das Modell ist deshalb so unerfreulich, weil sein

Richtungswinkel vorher nicht immer zu errechnen ist. Das an der Kamera befestigte einzelne Blitzlicht kommt bei stehenden Menschen nicht nur zu sehr von vorn, sondern auch zu sehr von unten. Es macht flach, breit, dick und kann dem Abgebildeten geradezu ein Doppelkinn und «Segelohren» hinleuchten, die er in Wirklichkeit gar nicht hat. Ein Seitenblitz allein gräbt zu tiefe Furchen in das Gesicht. Mit zwei Blitzen kann ein versierter Pressefotograf dagegen hervorragend beleuchten, nur hat er im entscheidenden Augenblick meist nicht genug Hände und Platz, um auch noch gleichzeitig zwei Blitze zu führen. Da man bei unseren zu rotempfindlichen Panfilmen mit Blitzlicht den schönsten natürlichen Hautton erreicht, ist es jedoch sehr angenehm, wenn Zeit, Räumlichkeit und Beleuchtungstechnik die Anwendung von sorgfältig gerichtetem Blitzlicht erlauben.

Leider hat das Modell nur wenig Möglichkeiten, der Diktatur des Lichts entgegenzuwirken. Das Licht wird vom Fotografierenden bestimmt und von Umständen, gegen die er machtlos ist. Aber es ist ratsam, sich die Gesetze der Lichtführung einmal klarzumachen. Wie man an dem Beispiel der Sängerin sieht, gibt es durchaus Fälle, bei denen man das Zufällige einer fragwürdigen Beleuchtung auffangen kann, indem man sich bewußt auf sie einstellt.

Die Beleuchtung der Sängerin ist ein Beispiel für die Wirkung von Licht. Sie zeigt, wie das Licht die Form des Gesichts und die Farbe der Haut beeinflusst. Die Beleuchtung ist sorgfältig gerichtet, um die besten Ergebnisse zu erzielen. Die Sängerin ist ein Beispiel für die Wirkung von Licht. Sie zeigt, wie das Licht die Form des Gesichts und die Farbe der Haut beeinflusst. Die Beleuchtung ist sorgfältig gerichtet, um die besten Ergebnisse zu erzielen.

Kameratyp und Brennweite

Der Charakter einer Fotografie wird zum Teil auch von der Kamera diktiert, die der Fotograf benutzt. Eine wesentliche Rolle dabei spielt die Frage, ob mit oder ohne Stativ gearbeitet wird. Fotografen, die das *lebendige* Bild wollen, lassen das Stativ weg, um möglichst schnell und unbemerkt schießen zu können. Sie benutzen den Bildsucher in Augenhöhe.

Alle anderen Fotografen, soweit sie ein Bild künstlerisch «bauen» wollen, sind nach wie vor auf das Stativ angewiesen. Bei Porträt-, Mode-, Werbefotografie und bei Film und Fernsehen zwingt die bewußte und unbedingt sorgfältige Bildkomposition zu langsamerem, umsichtigerem Arbeiten. Die dazu benötigten Kameras mit größerem Negativformat oder umfangreicheren Filmrollen sind oft so schwer, daß man sie ohne Stativ ohnehin kaum dirigieren kann.

Bei Aufnahmen mit Stativ wird gern die Bildeinstellung auf der Mattscheibe benutzt, die der Größe des Negativs entspricht. Man kann darauf sein Bild exakt sehen und danach inszenieren. Der Fotograf, der um besserer Bildqualitäten willen die Mattscheibeneinstellung schätzt, nimmt dafür die noch immer einigermaßen schnelle ein- oder doppel- äugige Spiegelreflexkamera mit der Mattscheibensicht von oben. Mit einem solchen niedrigen Kamerastandpunkt, der besonders gern von Frauen verwendet wird, ist oft der typische nicht sehr vorteilhafte «Blick von unten» verbunden (Spiegelreflexperspektive).

Eine ebenfalls spürbare Diktatur übt auch die jeweilige Brennweite des Objekts aus. Bei *kurzen Brennweiten* droht durch den zu *kurzen* Abstand der Kamera vom Modell eine relativ starke Verzeichnung. Steht die Kamera dabei noch tief, wird bei der Kopfaufnahme die Kinnpartie breit und mächtig, die Stirn aber klein und unbedeutend. Befinden sich die Beine des Dargestellten – wenn er steht – in größerer Nähe zum Aufnahmeobjektiv als der Kopf, dann werden sie übertrieben groß und der

Kopf übertrieben klein wiedergegeben. Ebenso wirkt sich die Verzeichnung bei einer Menschengruppe aus, die hintereinander steht: Die vorderen werden zu groß, die rückwärtigen zu klein. (Bei Werbefotos werden dadurch manchmal bewußt blickfangende Wirkungen erzielt!)

Dieser kurze Abstand zur Kamera diktiert dem Modell natürlich auch sonst eine bestimmte Haltung: es dürfen in diesem Fall also niemals Arme und Beine betont nach vorn oder nach hinten gestreckt werden, wenn man keine Verzeichnungen riskieren will (Abb. 15). Alles, was gleich groß abgebildet werden soll, muß bei kurzen Brennweiten in der gleichen Ebene liegen. Alle kurzen Brennweiten liefern auch eine besondere Schärfentiefe, die desto größer ist, je weiter das Objektiv dem «Weitwinkel-Typ» angenähert ist.

Die *langen Brennweiten* ergeben diese Schärfe nach vorn und hinten nicht. Je länger eine Brennweite ist, desto geringer ist in der Praxis die Schärfentiefe.

Jemand, der bei einer Aufnahme nicht mitfotografiert zu werden wünscht, kann in einem Zimmer von mittlerer Größe bei natürlichem Licht ziemlich sorglos ein oder zwei Meter hinter demjenigen stehen bleiben, der von einer langen Brennweite aufs Korn genommen wird. Bei richtig angewandter starker Kunstbeleuchtung herrscht jedoch genug Licht, um auch ein langbrennweitiges Objektiv entsprechend abblenden zu können. Abblenden aber heißt immer, daß das Bild nach hinten zu etwa zwei Dritteln schärfer wird und um ein Drittel mehr nach vorn. Bei natürlichem Raumlicht reicht die Schärfentiefe bei der langen Brennweite im allgemeinen nicht mehr aus, um die Personen hinter der eigentlichen Szene noch erkennbar darzustellen. Möchte jemand aber sehr wohl kenntlich sein und sieht an einer Kamera ein besonders langes Objektiv – der Weitwinkel-Typ dagegen ist flach und kurz –, dann muß er sich in die Schärfenebene (sie ist meist da, wo sich die wichtigste Person der

Ansammlung aufhält) begeben, und zwar diesmal nicht, um wie bei der kurzen Brennweite Verzeichnungen zu vermeiden, sondern um scharf abgebildet zu werden.

Mit der langen Brennweite kann man alles, was nicht betont werden soll, nach vorn und nach hinten «wattig» versinken lassen und ganz genau nur denjenigen zeigen, den man auf dem Bild hervorheben möchte (Abb. 170, 176 u. 178). Die lange Brennweite schafft übrigens durch ihren größeren Abstand eine verzeichnungsfreie, gute Figur. Die kurze Brennweite verzerrt leicht in die Breite und Kürze.

Ein *Weitwinkel-Objektiv* wird benutzt, wenn der Fotograf z. B. mehrere Personen aus verschiedenen Ebenen auf kleinem Raum zusammenfassen muß oder wenn er nicht genug zurückgehen kann. Das noch neue Superweitwinkel-Objektiv hat neben seinen technischen Vorzügen den besonderen Reiz, daß es durch die Art seiner extremen Perspektive außerordentlich blickfangende Bilder hervorbringt. Die Figuren in der Mitte sind sehr klein, die am Rande sehr groß. Allerdings sind nur die in der Bildmitte Dargestellten einigermaßen unverzeichnet. Alle anderen haben den für starke Weitwinkel typischen komischen Eierkopf, der zu den Bildecken hin verzerrt ist. Erkennt man das Superweitwinkel-Objektiv rechtzeitig – an seiner extrem flachen Bauweise und auch an der ebenso flachen, nicht «ausgezogenen» Kamera –, so kann man sich der Verzeichnung dadurch etwas entziehen, daß man nach Möglichkeit den Kopf zur Bildmitte hin neigt, falls man sich nicht überhaupt noch in die Mitte schieben kann. Allerdings gibt, wie schon gesagt, die Weitwinkelaufnahme den Mittelpunkt am kleinsten wieder. (Wie man die Mitte bei einer Weitwinkelaufnahme erkennt? Als orthodoxe, auf Ähnlichkeit bedachte Porträtfotografin empfehle ich, schnell zu flüchten, wenn irgendwo eine nicht sorgfältig inszenierte Superweitwinkelaufnahme droht. Bei einer

sorgfältigen Aufnahme werden dabei die Verzeichnungen wegenszeniert, nämlich an den Seiten systematisch die Köpfe der Verzerrung *entgegen* gerichtet.) Zwischen diesen Extremen, dem Weitwinkel- und dem Teleobjektiv, liegen alle anderen normalen Brennweiten, die entsprechend weniger charakteristische Merkmale haben.

Die übertreibende Kamera

Eine unangenehme, unberechenbare Eigenschaft der Kamera ist zweifellos ihre Neigung, zu übertreiben. Die zu starke Mimik eines Sängers wirkt auf dem Foto noch unnatürlicher; ein müder Mensch sieht noch müder aus, ein dicker noch dicker, als er in Wirklichkeit ist; der schlanke erscheint aber in der Regel nicht noch schlanker, sondern auf dem Bildschirm kurioserweise sogar in die Breite gezogen, der reife Mensch erhält auf dem Bild leider durchaus nicht noch mehr Reife, sondern meistens nur mehr Falten, also ein paar Lebensjahre dazu. Ein Kind von drei Jahren sieht wie fünf Jahre alt aus, ein Mensch von dreißig aber nicht wie zweiunddreißig, sondern fast wie fünfzig. Das ist einer der Gründe, warum der Fotograf auch den reifen Menschen, der gar nicht jünger aussehen will, als er ist, durch geeignete Beleuchtung jünger machen muß. Denn nur dann wird er so alt aussehen, wie er tatsächlich ist.

Das Modell soll soviel wie möglich dazu beitragen, die vergrößernden Übertreibungen der Kamera zu regulieren, d. h. sie «zurückzunehmen». Das bedeutet, ein Zuviel an äußerlichem Eindruck durch Sichtbarmachen von wesentlicheren Zügen zu ersetzen. Um das erreichen zu können, müssen eine Reihe von besonderen Kenntnissen bei der «*Hal-*tung und Selbstkontrolle» angewandt werden. Aber davon später.

In den *Schwarzweißverfahren* haben sich heute die panchromatischen Filme durchgesetzt. Auf ihnen wirkt sich die *rote* Farbe bei Kunstlichtbeleuchtung heller aus, als sie dem Auge erscheint. Teintunreinheiten werden dabei also kaum sichtbar, leider aber ebensowenig Lippen von hellem Rot (Abb. 49). Um so mehr wirken sich Hautunreinheiten bei *bläulichem* Tages- und Blitzlicht aus und am schlimmsten die Bartschatten bei dunkelhaarigen Herren. Da Blau relativ dunkel erscheint, werden auch hellblaue Augen ziemlich dunkel, was besonders schade ist. Um den Reiz sehr heller Augen zu zeigen, kann man ein möglichst gleichfarbiges Filter nehmen. Andreas Feininger sagt in seinem *Buch der Fotografie*: «Soll eine Farbe im Bild heller erscheinen als in der Natur, muß man ein Filter der gleichen Farbe verwenden. Umgekehrt muß man, damit die Farbe dunkler erscheint, ein Filter der Komplementärfarbe verwenden», d. h. ein Kontrastfilter. Man könnte ohne weiteres mit einem Blaufilter die ebenfalls bläulichen Bartschatten wegfiltern – und damit gleichzeitig auch helle Augen hell wiedergeben –, aber sofort werden alle Hautunreinheiten wieder stark sichtbar, und Retuschen sind kaum möglich. Außerdem schluckt das Blaufilter, wie alle Filter, viel Licht. Und Licht ist ja dasjenige Element, auf das der Fotograf, besonders wenn er ohne Stativ arbeitet, am wenigsten verzichten kann. Bei den meisten Ereignissen, die von Pressefotografen und aktuellen Kameramännern aufgenommen werden, herrscht meist ohnehin zu wenig Licht. Also können nur Fotografen, die nicht auf schwierige Druckverfahren und gestochene Bildschärfe zu achten brauchen und Zeit und genug Licht haben, mit Filtern operieren.

Die frühere, orthochromatische Emulsion dagegen «drückte» das Rot nicht. Sie brachte eine besonders «lebendige» Haut hervor (ein Grund, warum solche Emulsionen noch heute benutzt werden, wenn eine derbe, natürliche Männerhaut gezeigt werden soll), aber beim Film mußten die

Frauen stark überschminkt werden und die Fotografen stark retuschieren, um den Teint einigermaßen glatt zu bekommen. Die Lippen wirkten dann schwärzlich, doch helle Augen erschienen auch wirklich hell. Beide Verfahren sind also Kompromißlösungen.

Nicht minder diktatorisch fordert die Wiedergabe der Farben in der *Farbfotografie* ihren Tribut von der Wirklichkeit. Das menschliche Auge kann die durch verschiedene Reflexionen veränderte Farbe nicht genau wahrnehmen, auch verwischt die Sehgewohnheit vieles. Zum Beispiel glauben wir ein vertrautes menschliches Gesicht auch dann in seinen natürlichen Farben zu sehen, wenn es das mittägliche Blau des Himmels reflektiert oder bei untergehender Abendsonne und bei Kunstlicht den rosa-gelblichen Schimmer oder im Freien das Grün belaubter Bäume. Der Farbfilm registriert genauer. Diese Tatsache zwingt den Fotografen, entsprechend abgestimmtes Farbmateriale für seine Bilder zu benutzen: Tageslicht- oder Kunstlichtfilme oder einen Farbfilm, der für bestimmte Blitze geeignet ist. Zusätzlich kann er farbkorrigierende Filter anwenden.

Die Bildpublizistik

Beinahe jedes Forum für eine Bildveröffentlichung fordert aus technischen oder redaktionellen Gründen auch ein bestimmtes Bildformat. Besonders deutlich ist das beim Fernsehbild, das den Proportionen des Bildschirms angepaßt sein muß, und beim Spielfilm, der sich nach der Breite der Kinoleinwand richtet. Nicht ganz so allgemein bekannt ist, daß auch die Pressefotografen ihr Bild von vornherein auf das Format der späteren Publikation planen müssen, und zwar ganz unabhängig von Kamera und Brennweite, vom jeweiligen Thema und den räumlichen Gegebenheiten. Oft muß das Querformat einer Bühne in das «schmale Handtuch» einer einzigen Zeitungsspalte gebracht werden. Dabei soll das Bild so aussehen, als hätte es gar kein anderes Format haben können.

Die Redaktionen sind immer dankbar, wenn der Fotograf auf Format und Layout ihrer Zeitung schon bei der Aufnahme Rücksicht nimmt, indem er entweder sein Bild dem gewünschten Format bereits in der Kamera anpaßt oder aber so fotografiert, daß es sich im Labor oder durch Schnitt leicht darauf bringen läßt. Er wird bei einer Bildseite die Großaufnahme im Hochformat, die Totale quer, die Gruppe quadratisch, kurz: für einen guten Umbruch bereits möglichst unterschiedliche Formate liefern. Andernfalls muß sich der Redakteur das Bild zurechtschneiden, wie er es braucht, und dabei geht oft genug die wesentliche Atmosphäre verloren (Abb. 21).

Das quadratische Kameraformat, das noch nach der Aufnahme sowohl Hoch- wie Quervergrößerungen zuläßt, ist ein beliebter universaler Kompromiß, besonders für den freien Fotografen, der vorher oft nicht weiß, wie und wo das Bild erscheinen wird. Bei Kleinbildkameras hingegen muß das Negativformat möglichst schon beim Fotografieren ausgenutzt werden, um den Vergrößerungsmaßstab nicht unnötig zu strapazieren, wobei der aktuelle Agenturenfotograf sich häufiger für das Hoch-

format oder Quadrat, seltener für das Querformat entscheiden wird, da das letzte in der aktuellen Bildpublizistik – außer im Sportteil, im Feuilleton und in den Illustrierten – nicht ganz leicht unterzubringen ist.

Das Modell sollte sich ein wenig dafür interessieren, in welchem Format sein Bild publiziert wird. Zum Beispiel wird ein Mann im Wirtschaftsteil einer Zeitung mit ziemlicher Sicherheit nur einspaltig – also im schmalen Hochformat – abgebildet werden. Hat das Modell selbst Einfluß auf die Veröffentlichung, den Platz und die Größe, und ist es selbst Auftraggeber seines «Porträts für Presse Zwecke», so ist es gut, bereits beim Fotografieren dieses Format einzuplanen, falls es bekannt ist. In der Wirtschaftswerbung wird oft durch den Gebrauchsgrafiker, der das Blickfangende als wesentliche Werbewirkung einsetzt, ein ungewöhnliches Format im Layout bestimmt, nach dem sich der Fotograf dann richten muß.

Ein weiteres unerfreuliches Diktat für die Pressefotografie ist der Termin. Bei der Tagespresse kann ein wichtiges Bild, etwa ein per Kabel eingetroffenes «Bildtelegramm», noch in letzter Minute vor dem Druck eingebaut werden, doch einmal ist endgültig Redaktionsschluß, und so manches Foto, das der Korrespondent oder der verpflichtete Reporter in Schweiß gebadet zum Flugplatz gebracht hat, kommt eine Viertelstunde zu spät in die Redaktion und kann nicht mehr in die nächste Ausgabe aufgenommen werden. Für die übernächste Ausgabe aber ist es nicht mehr aktuell genug. Bis dahin haben die zu einer anderen Stunde erscheinenden Blätter der Konkurrenz dasselbe Ereignis längst gebracht.

Natürlich soll auch die Bildqualität der Tageszeitung möglichst gut sein. Da deren Druckverfahren jedoch weniger fein als schnell sein müssen, muß man immer damit rechnen, daß durch das grobe Raster viel Schwarz und Weiß verschluckt und verschmiert wird (Abb. 22).

Andere Publikationen, deren teure Druckverfahren viel mehr Vorbereitungszeit brauchen, erscheinen in größeren Intervallen: Illustrierte (im Tiefdruck) etwa wöchentlich, Kulturzeitschriften (im Kunstdruck) meistens nur monatlich. Auch deren Redaktionen möchten mit ihren in gewissem Maße auch vorhandenen aktuellen Bildberichten nicht allzu sehr hinter den schnelleren Publikationsorganen herhinken, sondern möglichst noch relativ «up to date» sein. Nicht an den Tag gebundene Bilder, die den Hauptanteil solcher Organe ausmachen, werden von der Redaktion oft Monate vorher sorgfältig geplant und können dann immer wieder zurückgestellt werden, wenn kurz vor Redaktionsschluß eine andere, an die Aktualität gebundene Bilderserie angeboten wird, zum Beispiel die neue Modelinie, Filmfestspiele oder eine Fürstenhochzeit. Denn wie die Fotografen ihre Fotografenehre haben, so haben die Redakteure auch der scheinbar über die alltäglichen Sensationen erhabenen Zeitschriften eine beachtliche Aktualitätsehre. Erst recht muß man das bei der Tagespresse berücksichtigen.

Findet die Premiere einer Erst- oder Uraufführung am Sonnabend statt, so ist die Fotografierprobe meist einen Tag davor. Aber nur die Lokalredaktion der Tageszeitung würde dann noch am nächsten Tag ein Bild davon bringen, die Feuilletonredaktion nicht mehr, denn sie hat gerade die Bilder der Wochenendausgabe besonders sorgfältig vorausgeplant und eingebaut. Es ist also nicht zu verstehen, warum so viele deutsche Theater diese Termindiktatur einfach nicht zur Kenntnis nehmen und ihre Premieren nicht wie in früheren Zeiten in die Wochenmitte legen. Dann hätten sie noch eine reelle Chance, mit einem Theaterfoto im anspruchsvolleren, überlokalen Kulturteil großer und wichtiger Zeitungen zu erscheinen. Denn später ist das Bild nicht mehr *neu* genug. Es würde nur noch aus einem überragenden anderen Anlaß gebracht werden, zum Beispiel in einer Saisonübersicht.

Der Spielfilm und das gefilmte Fernsehspiel

Normalerweise werden der Spielfilm und das Fernsehspiel mit einem eigenen Regisseur, eigenen Kameraleuten und ihren Assistenten, Masken- und Kostümbildnern, Bühnenarchitekten und Beleuchtern und einem großen Stab von Mitarbeitern hergestellt. Der engagierte Filmschauspieler braucht nur seine schauspielerischen Fähigkeiten einzusetzen und kann alles andere dem Regisseur und den «Leuten vom Bau» überlassen. Daß die Darstellung möglichst vollkommen wird, daran ist niemand so sehr interessiert wie der Produzent selbst, denn das Filmen ist ja mit allem Drum und Dran eine außerordentlich teure Angelegenheit, und die Verantwortlichen vermeiden jedes Risiko, eine Szene zu drehen oder auch nur eine Aufnahme zu machen, von der sie glauben, daß sie etwa nicht ankommen könnte.

Das Problem der Filmaufnahme liegt daher für den Darsteller ganz woanders: ein Film wird nämlich im allgemeinen nicht nach dem chronologischen Ablauf der Drehbuchhandlung fotografiert. Wenn eine bestimmte Dekoration aufgebaut ist, werden alle darin spielenden Szenen hintereinander abgedreht, ganz gleichgültig, ob die eine am Anfang der Handlung und die andere am Ende steht. Das bedeutet, daß sich die Schauspieler auf jede einzelne Phase innerlich völlig neu einstellen müssen. Es kann also vorkommen, daß der Held des Films sein tragisches Ende zuerst spielen muß und danach erst in einer anderen Dekoration sein glückliches Vorleben; oder das Liebespaar spielt zuvor die glühende Liebe und hinterher die Szenen der ersten Annäherung. Das wird natürlich geprobt, und der routinierte Filmschauspieler gewöhnt sich meistens schnell an das unlogische Durcheinander. Rationell gesehen aber ist das Abdrehen aller Szenen in der gleichen Dekoration die beste und billigste Methode. Dabei wird immer nur ein *take* abgedreht, das kann ein Wort, aber auch ein ganzer Drehbuchabschnitt mit turbulenter Handlung sein. Diese *takes* werden nach bestimmten Kennzeichen aneinandergereiht,

so daß der Ton, wenn er mit aufgenommen worden ist, mit dem Bild (also der Mundstellung) zusammenpaßt. Der fertige Film wird dann von der Cutterin (meist einer Dame) geschnitten und nach dramaturgischen und fotografischen Gesetzen in seine endgültige Fassung gebracht. Dabei kann vieles durch Wegschneiden noch gutgemacht werden, was der Regisseur bei den Aufnahmen aus mancherlei Gründen nicht hat erreichen können. (Sein Diktator ist auch die Zeit!)

Was bei der Spielfilmherstellung den entscheidenden Unterschied zur reinen Fernseh-Live-Sendung ausmacht, ist, daß es beim Film nur *eine* optische Achse gibt, auf die das jeweilige Bild ausgerichtet ist. Es wird also normalerweise nur von *einer* Kamera aufgenommen. Auch wenn sie steht, schwenkt oder fährt, wird das Bild immer nur für die Sicht dieser einen Kamera aufgebaut, in deren Nähe Regisseur wie Mitarbeiter sitzen, um die Szene aus der gleichen Perspektive zu sehen wie das Objektiv. Auf dieses Zentrum, nämlich die «eine optische Achse», wird der ganze Film im diktierten Querformat inszeniert und eingeleuchtet. Bewegt man sich aus diesem Zentrum etwas hinaus, so sieht man schon, wo die Inszenierung aufhört. Das macht aber nichts, denn auf der Leinwand später kann man nicht hinter die Kulissen sehen. Das ist alles sehr sorgfältig bedacht und technisch (bisweilen auch künstlerisch) ausgeklügelt.

Eigentlich müßte der Standfotograf, der die Reklamefotos für den anlaufenden Film machen soll, seinen Platz ebenfalls auf dieser einen Achse neben dem riesigen technischen Team haben, doch ist er ihm da meist im Wege. Deshalb muß er die Szene hinterher nochmals stellen, wenn sie abgedreht ist, sei es beim Umbau oder in der Frühstückspause, auf jeden Fall aber, wenn die Techniker *black out* machen, d. h. das Licht ausschalten. Da sich die Schauspieler heute schon selbst für hervorragende Standfotos interessieren, sind sie immer bereit, einige Szenen für den Fotografen zu wiederholen, auch ohne Regisseur, der nur

selten an gute Standfotos denkt und der nach meinen Erfahrungen im Film wie im Theater dann eine schöpferische Pause einzulegen pflegt. Trotzdem sind diese Standfotos fast nie so gut wie die direkten Live-Filmaufnahmen, die aber nicht gemacht werden dürfen, während die Szene gedreht wird, weil der klickende Verschuß auch den meist mitgeschnittenen Ton stören würde. Nur in Hollywood kümmert man sich ebenso exakt wie um den Film auch um die Standfotos, denn da weiß man, wie wichtig gute Bildpublicity ist!

Die Wochenschau

Wie sehr der Kinobesuch in den letzten Jahren auch zurückgegangen sein mag, die Film-Wochenschauen erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit. Es soll passionierte Fernseher geben, die allein wegen der Wochenschau immer noch ins Kino gehen. Eine Voraussetzung dafür, daß es so bleibt, ist, daß sie besser sein muß als die Tagesschau beim Fernsehen. Ihr Vorteil ist, daß sich im Laufe einer Woche mehr interessante Geschehnisse sammeln lassen als an einem einzigen Tage und daß die Wochenschau-Produzenten trotz aller Eile, die auch ihre Arbeit diktiert, doch etwas mehr Zeit haben, ein ausgewogenes Programm herzustellen, als die Fernsehberichterstatter, die meist für die Aktualitätensschau des gleichen Tages arbeiten müssen.

Uns interessiert hier wieder nur die Rolle des Dargestellten in der Wochenschau. Es handelt sich fast immer um Nicht-Schauspieler, ja, oft wissen die Gefilmten gar nicht, daß sie aufgenommen worden sind. Sie erleben manchmal, wenn sie selbst im Kino sitzen, ein überraschendes Wiedersehen mit sich selbst. Ein witziger Kameramann macht bei einer öffentlichen Veranstaltung gern zur Auflockerung seiner Reportage Schnappschüsse aus dem Publikum. Der Sportenthusiast, der vor Aufregung in seinen Hut beißt und sich eine Woche später in dieser komischen Rolle wieder sieht, wird dem Kameramann wohl trotzdem nicht mit dem «Recht am eigenen Bilde» kommen. Entweder weiß er gar nichts von seinem Rechtsanspruch, oder aber er lacht mit und fühlt sich sogar auserwählt. Der Kameramann, der bei einer Parlamentssitzung filmt, muß, um die Versammlung nicht zu stören, bei ungenügendem Raumlicht oft ohne zusätzliche Scheinwerfer mit hochempfindlichen Objektiven und langer Brennweite oder «Gummilinse» fotografieren. In diesen Räumen wird ja oft viele Stunden lang schwer gearbeitet und diskutiert, deshalb soll über den Köpfen keine dauernde hitzeverbreitende Flutlichtglocke entstehen. Es kann also vorkommen, daß die An-

wesenden durch keinen besonderen Lichtschein vor der Aufnahme gewarnt werden, und dann sieht man in der Wochenschau im Ausland, wie ein bekannter Parlamentarier während einer Debatte in der Nase bohrt oder wie ein anderer eingnickt ist. Es kommt auch in der Wochenschau auf die Bildpolitik des Landes an, in dem sie gezeigt wird.

Der Aktualitätenkino-Besucher wundert sich oft, warum er in den hintereinander ablaufenden Wochenschauen verschiedener Produktionsfirmen nicht nur dieselben Ereignisse, sondern diese auch noch aus derselben Perspektive gefilmt wiedersieht. Es handelt sich dabei nicht etwa um Plagiate oder um eine rechtmäßige Übernahme von Reportagen, sondern um ein räumlich-technisches Handikap der Wochenschau-Kameraleute bei besonders turbulenten Veranstaltungen. Da stehen dann oft unzählige Aufnahmegерäte der verschiedensten Produktionsfirmen eng zusammengepfercht auf einer kleinen Plattform, und alle nehmen notgedrungen die gleichen Bilder auf, so von einem Karnevalszug, von einem Kirchentag oder einem Staatsbesuch. Da die verschiedenen Aufnahmeverfahren noch immer zu sehr auf eine Menge Kabel und Verbindungsschnüre angewiesen und die Apparate und ihre Stative sehr schwer sind, ist die Bewegungsfreiheit der Kameraleute auch dann noch beschränkt, wenn ihnen die Ordnungspolizei hilfsbereit einen Weg durch die Zuschauermassen bahnt. Wirklich individuelle Wochenschau-filmerei aktueller Anlässe ist in vielen Fällen also leider gar nicht möglich. Deshalb sah man bei den Olympischen Spielen 1960 in Rom den Wochenschau-Kameramann der Ufa, Horst Grund, sein schweres Gerät, die – ohne Film und sonstiges Zusatzgerät – mindestens fünf- unddreißig Pfund wiegende Arriflex, unermüdlich umherschleppen, immer «beweglich», immer auf der Suche nach anderen, neuartigen, interessanteren Perspektiven, als es die der offiziell angebotenen Szenen waren.

Der Kameramann, der bei der Wochenschau auch zugleich sein eigener Regisseur ist, kann für Aufnahmen in geschlossenen Räumen einen Beleuchter mitbringen, der – auch hier meist auf kleinstem Raum mit anderen zusammengedrängt – flach von vorn Licht auf das Modell «knallt» und dadurch einen ähnlichen Effekt von breitmachender Vorderbeleuchtung erzielt wie das Blitzlicht der Reporter. Im günstigeren Fall – bei genügend Zeit, also einem nicht sehr aktuellen Anlaß – kommt der Kameramann mit einem ganzen Beleuchtungsteam und erhält auch die Chance, es einzusetzen und die Szene richtig filmgerecht auszuleuchten. Die meisten aktuellen Ereignisse aber rollen in einem viel zu schnellen Tempo ab, als daß noch Zeit wäre zu besonderen technischen Manipulationen. Fast alle Wochenschauaufnahmen sind Live-Bilder, weder geprobt noch wiederholbar – vielleicht mit Ausnahme der eingestreuten kleinen feuilletonistischen Bildgeschichten.

Außenaufnahmen pflegt der Wochenschau-Kameramann mit $21/10$ DIN zu machen und Innenaufnahmen mit $27/10$ DIN, um noch – bei ausreichenden Lichtverhältnissen – abblenden zu können. Das Bildformat ist heute international auf 24×31 mm festgelegt. Die Normalfilmbreite wird als Negativformat benutzt. Die Synchronisation erfolgt zusammen mit dem Schnitt meist später. Nur bei bestimmten Interviews muß der Ton gleich mitgeschnitten werden, um die Mundstellung synchron zu erhalten.

Die Wochenschauproduktion arbeitet mit einem ähnlichen Zeitplan wie eine Zeitschrift. Nach Eintreffen der einzelnen Filmberichte aus allen Ländern beginnt die Redaktion mit der Zusammenstellung der Reportagenfolge, wobei es auf den richtigen Schnitt, die Tonmischung und eine geschickte Auflockerung ankommt. Nach der trockenen Politik und einem Blick auf die Weltlage folgt etwa eine lustige Tiergeschichte, eine Modenschau oder eine unterhaltende Szene, für die, da sie nicht un-

bedingt hochaktuell zu sein braucht, der Kameramann mehr Zeit verwenden konnte und die er – oft in bemerkenswerter künstlerischer Qualität – meist schon früher abgedreht hat. Damit liefert er wenigstens ein paar gute Bilder, wie er sie aus dem aktuellen Bereich ohne eigenes Verschulden so oft nicht bringen kann. Der Höhepunkt jeder Wochenschau aber ist und bleibt der Sportteil. Wie der Kameramann hier für Abwechslung sorgen kann, wurde schon gesagt. Die Entdeckungsreisen in die Zuschauerränge sind zwar juristisch nicht ganz ungefährlich, haben sich aber bildlich sehr bewährt.

Das Fernsehen

Keinem anderen Medium fühlt sich der Mensch so hilflos ausgeliefert wie der Diktatur der Fernsehtechnik. Wenn bei der Direktübertragung eines Interviews so sichere Schauspieler wie Nadja Tiller und O. W. Fischer nervös werden, kann man gut verstehen, wie sich die Diktatur der komplizierten Einrichtung auf Nichtschauspieler auswirkt, ganz besonders, wenn sie dem Fernsehen ablehnend gegenüberstehen, sich nicht einmal als Bildbetrachter über die erkennbaren Diktaturen unterrichten und dann plötzlich von heute auf morgen selbst in einer Sendung stehen – und bestehen müssen.

Es ist nicht möglich, hier das Funktionieren der Television zu beschreiben. Ich möchte nur versuchen, die Arbeitsweise bei Fernsehaufnahmen und das Verhalten des Darstellers dabei zu erklären. Beginnen wir mit der Unterscheidung der wesentlichen Herstellungsarten einer Sendung: die *Direktübertragung*, bei der die Aufnahme im selben Augenblick auf den Bildschirmen erscheint, und die *nichtdirekte Übertragung*; darunter versteht man alles, was schon früher festgehalten, also entweder bei einer Live-Sendung mit aufgezeichnet, oder normal gefilmt worden ist. Eine solche *Konserve* wird dann auf die Bildschirme geschickt. Die für den Darsteller am wenigsten riskante Form ist die Produktion eines Fernsehfilms, der ebenso vorbereitet und geprobt wird wie ein Spielfilm für das Kino, also vor der Aufnahme noch genug Gelegenheit bietet, große Pannen und kleine Schönheitsfehler auszuschalten. Die Filmübertragung als «Kino im Fernsehen» ist allerdings nicht die eigentliche Aufgabe. Dem Fernsehen gemäßer, weil allein ihm vorbehalten, ist das Verfahren der Direktübertragung: die Live-Sendung.

Das Ampex-Band, auf dem manche Sendungen aufgenommen werden, sieht ähnlich aus wie das Tonband, das der Hörfunk verwendet; es ist nur etwas breiter. Dem Film hat dieses Band voraus, daß es sofort abspielbar ist und nicht erst entwickelt und getrocknet, oft sogar noch

kopiert werden muß. Es hat aber den Nachteil, daß es sich hinterher nicht so gut überspielen und schneiden läßt wie ein Normalfilm. Was bei einer einzigen Kameraeinstellung hintereinander aufgenommen worden ist, muß im wesentlichen auch wieder so abgespielt und auf den Bildschirm übertragen werden. Das ist zwar wirtschaftlich, kann aber bei weniger spannenden Passagen während einer Live-Sendung, die alle mitgesendet werden müssen, zum Beispiel bei einer Sportübertragung, eintönig wirken. Und – die Cutterin kann eine unvorteilhafte Aufnahme nicht herausschneiden.

Für den Agierenden ist, wie gesagt, nicht die gefilmte Fernsehübertragung (die Aufzeichnung oder das Fernsehspiel) das heikelste, sondern die Direktübertragung einer Live-Sendung.

Im Gegensatz zur Filmaufnahme wird die Live-Sendung von verschiedenen Kameras und von verschiedenen Standpunkten aus zugleich aufgenommen. Es gibt also nicht nur *eine* optische Achse, für die die einzelne Szene aufgebaut wird (wie beim Film), sondern so viele, wie Kameras eingesetzt sind. Es können manchmal – zum Beispiel bei geräumigen, perspektivenreichen Szenerien – sogar bis zu sechs Kameras sein. Während der Live-Aufnahme sind die Darsteller völlig sich selbst überlassen. Man sagt, es gebe keinen einsameren Menschen als den, der in einer Direktsendung auftritt. Der Regisseur sitzt abgeschlossen in seinem Regieraum am Ton- und Bildmischpult und «spielt» dort auf einer komplizierten Klaviatur. Die Aufnahme jeder einzelnen Kamera kommt vor ihm auf einem eigenen Kontrollschirm an. Er wählt davon nach technischen, dramaturgischen und künstlerischen Gesichtspunkten eine Einstellung aus und schickt sie durch Druck auf eine Taste auf die Bildschirme draußen. Hat er soeben einen Sprecher in Großaufnahme von rechts gezeigt, wird er als nächstes vielleicht eine «Totale» (Gesamtansicht) auswählen und dann den Partner, den die linke Kamera gerade

aufnimmt. Das Bild, das hinausgeht, erscheint noch auf einem weiteren Kontrollschirm, damit eventuelle Bildstörungen sofort aufgefangen werden können. Der Regisseur ist über Mikrophon mit seinen Kameramännern und den Beleuchtern verbunden und kann ihnen auf diesem Wege dauernd seine Wünsche mitteilen und während des Spiels verbessernde Regieanweisungen geben, etwa: «Schwenken Sie etwas mehr nach rechts, um langsam die hereintretende X. groß vorn ins Bild zu bekommen.» Den Beleuchter zum Beispiel kann er anweisen, eine Gesichtshälfte mehr aufzuhellen. Der Kameramann ist in der Lage, mit der heute schon relativ leichten Fernsehkamera, die auf Rollen läuft, die gewünschte Einstellung sofort zu bringen. Um beweglicher zu sein, sitzt er nicht, wie sein Kollege beim Film, sondern er steht. Daraus ergibt sich ein besonderes Problem für alle sitzenden Darsteller, die dabei oft zu sehr von oben aufgenommen werden (siehe Kapitel «Haltung und Selbstkontrolle»).

Es gibt verschiedene Systeme von Fernsehkameras. Das bisher am meisten verwandte Riesel-Ikonoskop erfordert eine noch immer weitaus größere Lichtmenge als das modernere Orthikon-System, das nur noch einen kleinen Teil der früher notwendigen Lichtintensität braucht. Das jetzt bei uns mehr gebräuchliche Orthikon gibt die Lippentöne so hell wieder wie die panchromatische Emulsion. Darum darf man keinen allzu hellen, orangefarbenen Lippenstift benutzen. Das Riesel-Ikonoskop dagegen weist auf dem Bildschirm ebenso dunkle Lippentöne auf, wie sie früher die orthochromatische Emulsion wiedergab. Die Maskenbildner sollten sich danach richten, für welches Aufnahmesystem die Agierenden zurechtgemacht werden müssen. Aber ich habe gesehen, daß auf deutschen Bildschirmen dieselbe Ansagerin in der gleichen Aufmachung zunächst mit zu dunklen und eine Stunde später (aus einem anderen Studio und offenbar mit einem anderen Aufnahmesystem) mit wesentlich

helleren Lippen erschien. Es ist darum zu empfehlen, daß das Modell sich selbst über das jeweilige Aufnahmesystem informiert und sich auch für die ständigen Verbesserungen der Systeme und ihrer Farbwiedergaben ein wenig interessiert.

Ein Schauspieler hat seine Rolle wochenlang studiert und kennt bei der Live-Direktübertragung alle Einzelheiten im Schlaf. Der Nichtschauspieler hat weder gelernt, sich dem Publikum zu präsentieren, noch konnte er seine Rolle vorher einstudieren. Zwar wird meistens auch mit ihm zuvor eine Verständigungsprobe abgehalten, aber das ist recht wenig. Das Modell muß früh genug im Studio sein, wird zurechtgemacht und geschminkt, erfährt anschließend genau, wo es sitzen oder stehen wird, gibt selbst an, ob es seinen Text frei sprechen oder ablesen will, und erfährt, welche Zeit es nicht überschreiten darf. Dann muß der Nichtschauspieler in seine Direktsendung springen und sie heil überstehen. Kein Laie ahnt, wieviel Unsinn sich in einen Auftritt von nur zehn Minuten «hineinpacken» läßt. Aber die meisten Direktsendungen werden ja mit Nichtschauspielern bestritten. Oft sind private Menschen auf dem Bildschirm später interessanter als der beste Schauspieler, selbst wenn beim ersten Auftritt vor der Fernsehkamera zunächst auch das stärkste Selbstbewußtsein dahinschmilzt. Bestimmte Unterhaltungsendungen sind geradezu darauf aufgebaut, daß sich das Publikum auf Kosten des nicht fernseherfahrenen Laien ein wenig schadenfroh amüsiert.

Ist die Direktübertragung eines Schauspiels oder einer Oper geplant, wird entweder eine bereits laufende, originale Bühneninszenierung übernommen und dann neu und stärker eingeleuchtet (leider geht dabei fast immer die individuelle Atmosphäre einer Aufführung verloren) oder sie wird wie ein Theaterstück Wochen vorher im Fernsehstudio probiert. Dabei unterscheidet man drei Stadien: 1. die «kalten» Proben, auf denen

der spätere Ablauf der Sendung noch ohne Licht, aber in den Dekorationen mit dem technischen Stab einstudiert wird; 2. die «heißen» Proben, bei denen die Szenen eingeleuchtet und in der jeweiligen Einstellung auch mit den Schauspielern genau einstudiert werden. Dabei wird durch Zusatzscheinwerfer alles verstärkt, was sich aus dem vorhandenen Grundlicht herausheben soll. Manchmal ist es eine Menschengruppe, eine Figur, das Profil eines Sprechers, manchmal aber wird noch ein Licht aufgesetzt, damit sich dunkles Haar später auf den Bildschirmen vom gleichdunklen Hintergrund trennt. Die Dekorationen und Kostüme brauchen nicht farbig zu sein. Man hält sie lieber in verschiedenen Grautönen, weil das die Ausleuchtung für das Schwarzweißverfahren unseres heutigen Fernsehens erleichtert; 3. die festgelegte eigentliche Sendung. In den Tagen davor werden die heißen Proben vorsichtshalber schon immer mitgefilmt, damit man für alle Fälle eine Konserve bereit hat, falls bei der Live-Übertragung etwas Unvorhergesehenes eintritt. Auf diese Weise ist schon manche Sendung gerettet worden. Das Programm ist nämlich im Fernsehen aus vielen Gründen die allerhärteste Diktatur. Nicht nur alle Beteiligten sind auf einen präzisen Termin verpflichtet, sondern das Programm ist lange vorher auch angekündigt und publiziert worden.

Der Regisseur kann sich während der Live-Aufnahme bei der Direktübertragung im Fernsehen über das Mikrophon mit allen technischen Mitarbeitern verständigen, nur nicht mit dem Menschen vor der Kamera. Da meistens der Ton gleichzeitig aufgenommen wird, ist auch ein Soufflieren nicht möglich. Um aber dem Agierenden vor der Kamera eine gewisse Selbstkontrolle zu ermöglichen, steht sichtbar, aber außerhalb der Szene, ein Monitor. Das ist ein kleiner Fernsehschirm, der immer das Bild zeigt, das gerade gesendet wird. (Kurzsichtige, die während einer Direktübertragung keine Brille tragen wollen, lassen sich

damit die letzte Chance einer Selbstkorrektur entgehen.) Die Zuschauer bekommen jedoch gelegentlich den irritierten Blick oder eine distanzlose Blickrichtung auf den Monitor mit.

Was den Neuling vor der Fernsehkamera neben der fehlenden Führung besonders stört, ist der Umstand, daß er in Sendungen, bei denen mehrere Kameras eingesetzt sind, zugleich von verschiedenen Seiten aufgenommen werden kann. Er sieht zwar an der Kamera, die gerade aufnimmt, ein rotes Lämpchen aufleuchten, aber das hilft ihm nur dann, wenn nur ein Apparat eingesetzt ist. Sonst weiß er nicht genau, welches Bild welcher Kamera im nächsten Augenblick auf die Fernsehschirme geschickt wird.

Ein Handikap auch bei der Fernsehkamera ist die immer drohende Verzerrung in die Breite. Es kommt auf dem Bildschirm selten vor, daß ein Modell, selbst das schlankste (Abb. 18), allzusehr in die Länge idealisiert wird. Das Licht, das, besonders stark bei Live-Sendungen, von beiden Seiten kommt, verdickt und verbreitert durch unerfreuliche Seitenbetonungen. Es herrscht die Diktatur des möglichst *plastischen* Lichts! Das Modell, das einigermaßen proportioniert auf dem Bildschirm erscheinen will, kann sich nur durch Kleidung und Haltung davor schützen. Die Profilstellung bereitet weitere Sorgen. Auch darauf wird in dem Kapitel «Haltung und Selbstkontrolle» näher eingegangen. An anderer Stelle wird auch über die geeignete Kleidung des Mannes und der Frau vor der Kamera gesprochen werden. Jedenfalls sind sowohl reines Weiß als auch tiefes Schwarz schwer auf den Bildschirm zu übertragen, Weiß wegen seiner unberechenbaren Blendeffekte, Schwarz, ebenso wie scharfe Schwarzweißkontraste, weil sie im Empfänger ein vernehmliches Rauschen verursachen können. Man kann das vermeiden, indem man für seine Kleidung weniger kontrastierende Farben wählt (zum Beispiel Anthrazit und Hellgrau statt Schwarz und Weiß).

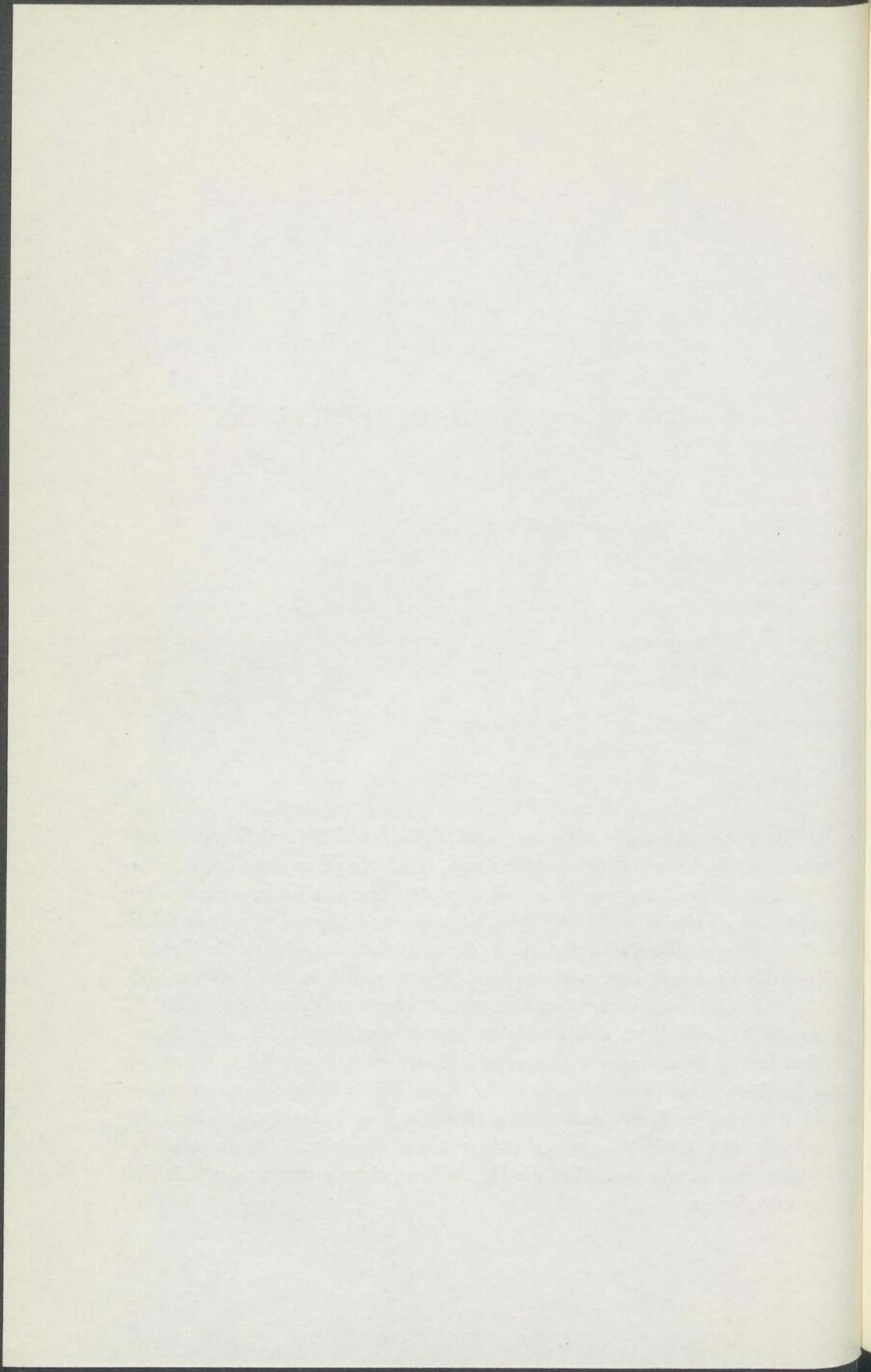
Es gibt noch weitere Mängel, die aber übertragungstechnischer Natur sind und an denen man als Modell nichts ändern kann. Nachteilig wirkt sich zum Beispiel auch ein komplizierter Übertragungsweg aus, wobei es schon genügt, daß ein Bild aus dem Studio des Senders Freies Berlin auf die westdeutschen Bildschirme übertragen wird. Noch schwieriger ist der Vorgang, wenn das Bildzeilensystem eines fremden Landes auf das unsere übersetzt werden muß. Das neue französische Bildsystem ist mit 819 Zeilen feiner als das deutsche mit 625 Zeilen, und dieses wiederum ist feiner als das englische. Die größere Zeilenzahl bietet zwar das bessere Bild, verteuert aber auch das Verfahren – entsprechend dem feineren Raster im Bilddruck der Publizistik.

Querstreifen und kleine Karos (Pepita) flimmern mit den Zeilen eines nicht allzu feinen Schirmbildes oft um die Wette. Solche Stoffe sollten darum vor der Fernsehkamera nicht getragen werden. Das Bild, das uns erreicht, ist ohnehin unruhig genug und so stark der Diktatur einer komplizierten Technik unterworfen, daß der Dargestellte es nicht auch noch durch eigene Ungeschicklichkeit verschlechtern sollte.

In der ganzen Welt ist man aber damit beschäftigt, die Produktions- und Empfangsweise der Television zu verbessern. Eines Tages sind wahrscheinlich die meisten Fehlerquellen, die ich hier genannt habe, von selbst überholt.

DIE GELENKTE TECHNIK

Alle Fotografien, die ohne gelenkte Technik oder Regieführung entstanden, sind nur «Abfotografien» und, wenn sie gelungen sind, nur Zufälle. Dazu gehört der größte Teil aller Amateurprodukte, doch werden auf diese Weise auch die meisten Ausweis- und Bewerbungsfotos fabriziert. Man steckt ein Geldstück in den Automaten, geht in die Kabine, löst die Mechanik aus, und das Bild ist fertig. Selbst das Fotogeschäft, das wohl mit der Vergrößerung rechnet, aber den Preis für ein Paßbild so scharf kalkuliert, daß es nicht mehr Material und Zeit daran wenden kann, als zu einer einzigen schnellen Belichtung gehört, kann nur Oberfläche abbilden und nicht mehr. Als offizielle Beurteilungsgrundlage sind derartige Fotos natürlich gefährlich. Der Zufall ist in der Bildpolitik ein höchst unzuverlässiger Bundesgenosse, darum muß er ausgeschaltet werden. Aber die Herstellung eines guten Bildes läßt sich manipulieren.



Regie ist die Ausschaltung des Willkürlichen. Es ist die bewußte geistige und technische Steuerung. Jeder Fotograf und jeder Kameramann muß also Regie führen, wenn er ein überdurchschnittliches Bild erreichen will.

Ein Kamerabesitzer darf hunderttausend Schnappschüsse von einem Angehörigen machen. Würde man sie alle zu einem Mosaik vereinigen, ergäben sie auch eine Art Gesamtbild. Der Fotograf in der Publizistik kann diesen Weg nicht gehen. Wenn er ein ernsthafter Porträtist ist, wird er immer versuchen, *möglichst viele Einzelzüge in einem einzigen Bildnis zu vereinen*, vieles vom Wesen des Dargestellten im gleichen Resultat *gesammelt* zu zeigen, «unter die Haut» zu fotografieren, also Tieferes als nur Oberfläche durchschimmern zu lassen (Abb. 33, 43, 44 und 45).

Auch der Pressefotograf versucht mehr als nur Tatsachen «abzufotografieren». Seine Inszenierung besteht im wesentlichen darin, nichts zu inszenieren, was nicht der Wahrheit entspricht, und ebenfalls in nur *einem einzigen Pressebild das Wer, Wo, Wann, Wie und Warum* anzubringen, außer der Selbstverständlichkeit, daß das Ganze zu einem «fesselnden Ereignis» fotografiert ist. Es genügt also nicht, nur ein Bild mit richtigen Fakten zu machen. So wird auch der Fotograf, der die Premiere von Sartres *Fliegen* fotografiert, den Titel des Stückes fotografisch andeuten und den Dichter und vielleicht sogar den Unterschied zwischen Sartre und Aischylos, zwischen antikem und existentialistischem Theater herausholen. Außerdem wird er versuchen, auch die Auffassung von Schauspielern, Regisseur und Bühnenbildnern sichtbar zu machen und darüber hinaus für manche Zeitungen, die es wünschen, außer dem männlichen Hauptdarsteller ein möglichst attraktives weibliches Wesen mitzufotografieren. Das Bild eines «großen Bahnhofs» für eine prominente Persönlichkeit wird also außer dem Ankommenden,

seiner Begleitung und dem Empfangskomitee möglichst auch das Begrüßungszeremoniell, die Zaungäste sowie Ort, Tages- und Jahreszeit erkennen lassen. Die Presse verlangt sehr viel von einem einzigen Bild. Fehlt diese Vielseitigkeit, so hat der Fotograf Pech gehabt, seine Chance verpaßt, nicht abgewartet, oder – er hat nichts gekonnt. Cartier-Bresson zum Beispiel, einer der großen «Ablauscher» unter den berühmten Fotografen der Welt, löst seinen Verschuß nur dann aus, wenn die Szenerie voll und ganz seinen Vorstellungen entspricht. Aber er ist natürlich ein freier Fotograf und kann es sich leisten, geduldig auf den besten Augenblick zu warten.

Wichtige Persönlichkeiten haben meistens noch weniger Zeit als der Fotograf. Trotzdem helfen sie, um guter Publicity willen, gern mit und «stellen» auch notfalls ein bestimmtes Bild. Der Fotograf hat dann die Aufgabe, so zu fotografieren, als ob es nicht gestellt wäre. Die wenigsten Bilder, die wir in der Presse als gelungene Schnappschüsse betrachten, sind also wirklich unverhofft festgehalten worden. So war zum Beispiel die Aufnahme von der Jalta-Konferenz 1945, auf der man Roosevelt, Churchill und Stalin nebeneinander sitzen sieht, eine Inszenierung. (Sie saßen, um zu verbergen, daß der schwerkranke Roosevelt nicht mehr stehen konnte.)

Der Wille, ein sonst langweiliges Foto möglichst originell zu inszenieren, muß alle Fotografen in der Publizistik beherrschen; darum verwirklichen sie ihre Vorstellung auch, soweit es mit Rücksicht auf ihr jeweiliges Modell möglich, aber auch im Hinblick auf ihre Auftraggeber notwendig ist. In der Hand des Fotografen liegt es, was ein Foto psychologisch oder geistig aussagt. Er kann nicht nur den «Ausdruck holen», sondern aus der weitreichenden Skala menschlicher Wesenszüge und Stimmungen diejenigen festhalten, die später auf dem Foto zu sehen oder betont sein sollen. Er kann fast jeden Wesenszug sichtbar machen, aber

auch jeden weglassen. Bildung, Kunstsinn und Experimentierfreudigkeit sind gute Voraussetzungen für einen Fotografen, aber Sinn für Objektivität und unbestechliches Urteil sind auch wichtig. Natürlich wird er, wenn er ein ernsthafter Fotograf ist, nichts in ein Bild hineinkonstruieren, was nicht den Tatsachen entspricht. Der Fotograf, der Probleme konstruiert oder zu hoch inszeniert, verliert leicht an Interesse, denn komplizierte Darstellungen sind dem Betrachter von heute unbequem. Niemand mag lange einer Geschichte zuhören, die schwer verständlich ist. Deshalb muß das, was ein gutes Bild aussagt, klar und einfach sein.

Wie bei der Theaterregie gibt es auch in der Fotografie Diktatoren, die dem menschlichen Objekt unbedingt ihren eigenen Willen oktroyieren wollen, ohne Rücksicht auf die Persönlichkeit des Modells. Die Resultate können äußerst interessant sein, doch sind sie nicht immer authentische Porträts, wie schon im Kapitel «Wie viele Gesichter hat ein Mensch?» gesagt wurde.

Zur Regie und Inszenierung eines guten Bildes aber zählt auch das, was die *Diktatur der Technik aufhebt*. Aus ihren Gegebenheiten muß etwas gemacht, auf ihr muß aufgebaut werden. Das Mittel, mit dem der Fotograf zeichnet, ist das Licht. Wie wird Licht *geführt*?

Fragt man einen der prominenten amerikanischen Fotografen, bei welchem Licht er am liebsten fotografiert, antwortet er: «Bei jedem.» Tatsächlich führt der versierte Fotograf trotz aller «Diktatur der Technik» seine vielen Lichtarten so, wie er sie gerade braucht. Eine weiße Wand macht er auf dem Foto weiß, indem er sie genug beleuchtet. Sie bleibt schwarz, wenn sie kein Licht bekommt. Dazwischen liegen alle Variationsmöglichkeiten. Auf Abb. 32 und 33 hat eine Nitraphotbirne von 500 Watt Stärke jeweils in einem Abstand von etwa anderthalb Metern vor den Gesichtern gestanden. Beide Modelle saßen vor einer weißen Wand, nur ist sie auf Abb. 32 angeleuchtet worden, auf Abb. 33

dagegen nicht. Auf Abb. 34 wollte ich das «Porträt einer jungen Frau in Hoffnung» darstellen, ohne auf besondere, detaillierte Porträtähnlichkeit Wert zu legen. Der Hintergrund wurde so stark beleuchtet, daß er hell herauskam, die junge Frau davor aber weniger. Sie erschien dadurch, daß sie unterbelichtet wurde, im ganzen dunkler.

Aber man kann auch umgekehrt verfahren: die Beleuchtung so richten, daß das Gesicht hell erscheint, aber die Kleidung und alles übrige im Dunkeln bleibt. So kann der Fotograf zum Beispiel einen Bauch oder eine schlecht sitzende Jacke auf einem Bilde wegzinszenieren, nämlich im Dunkeln verschwinden lassen. Das ist ebenso bei Blitzlicht (Abb. 41), bei Kunstlicht (Abb. 5) wie auch bei Tageslicht (Abb. 25 und 97) möglich.

Mit der Lichtführung wird auch bewußt der *Grauwert* im Bilde gelenkt. Die Farben werden auf der Schwarzweißfotografie in bestimmt abgestuften Graunuanzen (Grauwerten) wiedergegeben. Dieses Wort bezeichnet also nicht etwa eine vage mittelgraue Farbe, sondern den Graugrad einer Farbe in einer an und für sich farblosen Wiedergabe. Auf dem Menschenbildnis haben wir es dauernd mit dieser langweiligen hellgrauen Fleischtonwiedergabe zu tun, die fotografisch in höchstem Maße fade ist. Es ist eine Wissenschaft für sich, diesen unprägnanten Grauton des Gesichts zu den anderen Grautönen des Bildes so in Spannung zu setzen, daß er unbestritten zum Bildzentrum wird, wobei mit «Bildzentrum» nicht die geometrische Mitte des Bildes gemeint ist, sondern die Stelle, auf die wir unwillkürlich zuerst schauen bzw. schauen sollen. Es gibt Bildkompositionen, bei denen ein Gesicht schief irgendwo am unteren Bildrande sitzt. Und doch fühlen wir uns sofort angeregt, nur dahin zu sehen und nicht planlos auf dem übrigen Bilde umherzublicken. Der Laie glaubt dann an Zufall. In Wahrheit ist es aber der richtig inszenierte, dramatisierte Grauwert, die ganz bewußte Bildkomposition, die immer den künstlerischen Fotografen ausweist.

Der Grauwert eines Gesichts kann von Weiß bis Schwarz reichen. Das ist, wie wir schon erfuhren, nur eine Frage der Einleuchtung. Durch sie läßt sich also jeder erwünschte Ton erreichen. Da aber fast alle leuchtenden Farben und viele andere in ähnlichen mittelgrauen Tönen wiedergegeben werden, haben wir es auf dem Bild mit lauter ähnlichen Grautönen zu tun, so daß es nicht leicht ist, den Gesichtston besonders herauszuheben. Wenn wir zum Beispiel einen dunklen Anzug und dazu weiße Schuhe tragen, so dominieren vor dunklem Hintergrund zunächst die weißen Schuhe und dann erst das Gesicht. Diese Kombination von Grauwerten ist völlig richtig, wenn wir eine Sommerschuhreklame machen wollen, nicht aber, wenn es sich um ein Porträt handeln soll (und erst recht nicht, wenn eine langgliedrige Frau ihre ebenfalls langen Füße verbergen möchte, wie auf Abb. 112).

Um ein Gesicht zu betonen, wird der Fotograf das Licht in einen näheren Abstand dazu bringen und auf diese Weise ein Hellgrau oder gar Weiß erhalten. Er wird aber gleichzeitig dafür sorgen, daß – immer wenn er das Gesicht herausheben will – dahinter alles lichtloser, also dunkler erscheint (Abb. 67). Umgekehrt kann er das Gesicht schwächer beleuchten und dafür den Hintergrund stärker, dann wird das Gesicht dunkler als der Hintergrund (Abb. 92 und 94). Es gibt also genügend Methoden, das Grau ganz genau zu führen und es zu den übrigen Grautönen in Kontrast zu bringen, ganz unabhängig vom jeweiligen Licht und dem jeweiligen Hintergrund.

Die Komposition des Hintergrundes ist allerdings nicht nur eine Frage der Lichtführung. Wie wichtig und schwierig die szenische Gestaltung von Hintergründen ist und wie hoch ihre Kunst geschätzt wird, geht aus einer Anekdote hervor, die von Leonardo da Vinci erzählt wird: Einst kam ein älterer Mann zu ihm, der noch sein Schüler werden wollte. Der Meister wollte ihn zunächst nicht annehmen und fragte ihn, was er denn

überhaupt könne. «Ich kann Hintergründe malen», sagte der Alte. Da behielt ihn Leonardo, denn er war der Meinung, daß ein Maler, der einen Hintergrund zu malen versteht, schon sehr viel kann.

In der Fotografie ist es nicht anders. Der Hintergrund unterscheidet den Handwerker vom Künstler. Der eine klebt sein Modell ohne Distanz gegen den Hintergrund (es gibt Provinz-Fotografen, die das fortwährend machen), der andere löst die Figur oder das Gesicht aus dem Hintergrund heraus und gibt auf diese Weise dem Bild durch Abstand und Kontrast eine gewisse Plastik. Nur so läßt sich bei der zweidimensionalen *Fläche* des Bildes eine Vorstellung der dritten Dimension, der *Tiefe*, andeuten (Abb. 59 und 62).

Fotografen, die die Gestaltung des Hintergrundes und des Grauwertes beherrschen, sind von allen unvoreteilhaften Gegebenheiten der Kleidung und des Raumes unabhängig. Sie steuern den Grauwert so, wie sie ihn brauchen, und sie inszenieren einen Hintergrund. So spielen auf dem Porträt eines kleinen Mädchens (Abb. 76) die Mutter und das neue Brüderchen eine leise psychologisch-«hintergründige» Rolle (Eifersucht). Ähnlich gemeint ist auch das Telefon, das einen heutigen, modernen Architekten kennzeichnet (Abb. 92).

Genügt ein Gesicht allein nicht, um ein Porträt fesselnd oder umfassend zu gestalten, kann die Umwelt des Abgebildeten einen oft attraktiven Rahmen bilden (Abb. 39). Diese Methode, die Atmosphäre eines Lebenskreises mit ins Bild zu bringen, ist nicht neu. Sie hat sich schon bei *Mona Lisa* bewährt, und wir finden sie in der modernen Porträtfotografie eines Stanford S. Roth wieder. Die höchste Form von angewandter Regie und guter Inszenierung aber ist und bleibt ganz schlicht das menschliche «Gesicht als Ereignis». Aber es so zu gestalten, daß es anspruchsvolle und anspruchslose Bildbetrachter gleichzeitig erreicht, ist das schwerste von allen.

Die Farbfotografie erfordert eine besondere Regieführung. Bei einigen Fotografen ist sie nur auf die möglichst natürliche Wiedergabe der fotografierten Farbe gerichtet und bei anderen mehr auf die künstlerische Abstimmung der verschiedenen Farben zueinander, die, wenn sie nicht gerade zum *fact* gehören, nicht unbedingt der wirklichen Farbe des Gegenstandes entsprechen müssen.

Leider können Farbfotografen nicht wie Maler jeden beliebigen Zwischenton mischen. Sie können auch nicht einen grünen Wald lila oder orange fotografieren, wenn es auch manchmal ganz wünschenswert wäre. Wenn sie nämlich ein Filter benutzen, um eine bestimmte Farbe genau zu treffen, verändern sie zugleich alle anderen in einem oft unerwünschten Maße. Genaugenommen können wir in der Farbfotografie immer nur *eine* Farbe mit Sicherheit erreichen; alle übrigen sind mehr oder weniger Kompromisse. (Man versuche nur einmal, einen imitierten Perserteppich farbrichtig zu fotografieren!) Anspruchsvolle, künstlerische Magazine (*Vogue, Harper's Bazar, Life, Paris Match*) verändern vor dem Druck manchmal die Farben aus kompositorischen und bildpolitischen Gründen, um ein Geschehen plastischer zu machen. So erschien zum Beispiel der rötliche Sandboden einer Stierkampfarena auf einem Farbfoto hellgrau, damit die wenigen Blutstropfen, die geflossen waren, um so dramatischer herausleuchteten.

Wie der hellgraue Gesichtston in der Schwarzweißfotografie, so muß in der Farbfotografie das Rosa des menschlichen Gesichts zur intensivsten Wirkung gebracht werden. Freilich ist das Gesicht nicht immer rosa. Seine Farbskala reicht von Rot über Gelb bis zu Blau und Grün. Nur der Einfachheit halber wollen wir diesen Ton als «rosa» bezeichnen.

Die großen Maler von der Renaissance bis zum Impressionismus haben die Gesichter dadurch herausgeholt, daß sie als Hintergrund die Komplementärfarbe wählten. Dürer kontrastierte seine Madonnen manchmal

durch ein leuchtendes Blau, um das Gesicht und die hellen Haare hervorzuheben. Holbein der Jüngere nahm gern ein bestimmtes etwas gebrochenes Blau oder Grün, Farben, die besonders malerische Hintergründe für alle Fleischtöne abgeben. Van Gogh «feuerte» sogar durch ein grelles Grün seine rötlichen oder gelben Porträts aus dem Hintergrund heraus.

Die internationalen Modefotografen, die für Magazine auf bestem Kunstdruckpapier arbeiten, spielen mit allen Regenbogenfarben, um sowohl das lockende Gesicht eines fotogenen Mannequins als auch die Kreation, für die geworben werden soll, zum Blickfang zu machen. Es kann vorkommen, daß sie ein hellrotes Kleid vor dunkelrotem oder ein hellgrünes vor grünem Grund fotografieren, also mit der gleichen Farbe das Gewand geradezu «töten», um das aparte Gesicht eines Mannequins dagegen zu betonen. Aber das sind Versionen, die nur selten gebracht werden können. Meist sind sie lauter und grober. Besonders elegante, leisere Farbkompositionen sind solche Hintergründe, die durch Untertreiben das Rosa des Gesichts zum Hauptakzent im Bild machen. Untertreibende Farben sind solche, die eigentlich keine sind: Weiß, Schwarz und vor allem Hellgrau. Nebel ist darum ein geradezu idealer Hintergrund für ein Gesicht, aber auch eine Regenwand, Schnee, die weißen Häuser am Mittelmeer, die Wüste.

Wir wissen heute, daß den überfütterten Bildkonsumenten weder der Goldene Schnitt noch ein schönes Farbfoto, nach herkömmlichen Gesetzen angelegt, zu bewegen vermag. Darum werden immer kühnere, erregendere Farbkompositionen gesucht. Die großen Könner unter den Farbfotografen balancieren bei diesem Bemühen manchmal auf der Grenzlinie des gerade noch Erträglichen, weil sie wissen, daß man nur dort den Bildbetrachter noch zuverlässig erreicht, wo es «gefährlich» wird.

Wer in der Farbfotografie auf alle Fälle sichergehen will – und das müssen alle, die nicht eine ausgesprochen malerische Begabung haben

oder Fachleute sind –, hält sich besser an die Regeln der Komplementärfarben-Komposition. Dabei kommt ihm zu Hilfe, daß sich das menschliche Gesicht zum Beispiel gut von der grünen Landschaft und dem blauen Himmel abhebt. Der «Knipser» schießt nur nach der Devise: «Je mehr drauf ist, desto mehr Film habe ich gespart» und: «Je bunter, desto schöner.» Auch die Porträtgestalt in grellster zufälliger Kleidung muß bei ihm mindestens vor Blumenbeeten oder anderer Farbunruhe stehen. Das Ergebnis ist natürlich alles andere als ein gutes Menschenbild, denn der zarte Ton des Gesichts wird von der Farbenflut völlig verschlungen. Dagegen ist es richtig, einem Mädchen, das durch ein grünes Feld spaziert, eine rote Bluse anzuziehen, weil sich die Gestalt nur so von der großen Grünfläche abhebt. Aber dann ist es kein Porträt mehr, sondern eine «Person in der Landschaft».

Immer wieder muß vor der allzu bunten Inszenierung gewarnt werden. Beispiele dafür gibt es genug in Farbfilmern. Niemand kann lange auf eine Leinwand starren, auf der sich die Bildwechsel von einer glühenden Farbe zur anderen ohne neutralen Übergang vollziehen. Der Betrachter zeigt bald Ermüdungserscheinungen, wenn zu oft hintereinander solche wilden Farbfolgen erscheinen. Farbregie im Film bedeutet also nicht nur, daß die Kostüme der Schauspieler aufeinander abgestimmt werden, sondern auch, daß die Dramatik der Farbe durch sinnvoll eingeschobene ruhigere und farbärmere Intervalle künstlerisch richtig gesteuert wird. Das ist eine neuartige, sehr schwierige, aber wichtige Aufgabe, für die es denn auch bereits bei amerikanischen Filmproduktionen besondere «Farbberater» gibt.

Eine kühne, aber fragwürdige Farbregie außerhalb der Fotografie konnten die Zuschauer am Schluß der Uraufführung von Hans Rehbergs Schauspiel *Gattenmord* erleben. Die Bühne und die Darsteller waren von eintönigem Grau, nur mit ein paar schwarzen und weißen Flecken

«belebt» (es hatte viele Tote gegeben). Zum Schlußapplaus aber verneigte sich in diesem Rahmen die Bühnenbildnerin in einem feuerroten, fotogenen Kleid und «stahl» damit den farblos gekleideten Darstellern neben ihr – nicht sehr fair, aber wohl auch nicht beabsichtigt – «die Schau».

Die Arbeit im Labor ist nicht nur rein mechanisch-handwerklicher Art, wie der Laie oft glaubt, der die Zeit, die das Negativ und das Positiv dort verbringen, etwa mit der Backzeit eines Kuchens im Ofen vergleicht. Oft beginnt die individuelle und künstlerische Hauptarbeit, der wirkliche Prozeß der Bildgestaltung erst im Labor – immer vorausgesetzt, daß die oft knappe Terminsetzung die sorgfältige Ausarbeitung des Fotos durch den Urheber zuläßt, was bei aktuellen Pressebildern nur selten möglich ist. Die große Annehmlichkeit dieser nachträglichen Ausarbeitung liegt darin, daß diese Methode wirtschaftlich und in gewissem Sinne zeitsparend ist. Der Fotograf braucht sich, wenn er ein guter Laborant ist, nämlich bei der Aufnahme weder lange mit unglücklichen Lichtverhältnissen oder falscher Kleidung herumzuschlagen noch auf die Suche nach einem günstigen Hintergrund zu gehen. All das läßt sich später noch gut im Labor korrigieren.

Landläufig herrscht die Ansicht, der Fotograf könne auf dem Negativ höchstens Retuschen anbringen. Aber gerade das ist gar nicht in allen Fällen möglich. Nur wenn er ein genügend großes Format benutzt, kann er Negativretuschen machen. Bei kleinen Bildformaten muß er sehr retuschesparend einleuchten. Auf der Glanzvergrößerung, die als Klischeevorlage gedacht ist, kann er das weiße Zuwenig hinmalen und das schwarze Zuviel wegschaben, weil es da niemanden stört; aber auf der Fotografie, die der private Kunde als Original erhält, wird er sichtbare matte Schabestellen möglichst vermeiden.

Der große Vorteil der eigenen Laborarbeit im Schwarzweißverfahren ist, daß sich fast jeder Lichtakzent noch nachträglich verschieben läßt. Was dem Fotografen zu dunkel erscheint, kann er aufhellen; was er dunkler haben möchte, kann er nachbelichten. Durch die Veränderung der Gradation (des jeweiligen Härtegrades) kann jedes Bild und damit sogar der Ausdruck des abgebildeten Menschen weicher oder härter,

sentimentaler oder dramatischer gemacht werden (Abb. 47 und 48), können sogar «Kraft» und «stählerne Energie» nachträglich manipuliert werden. Aber man kann auf diese Weise auch reizvolle grafische Effekte erzielen. Das Ergebnis ist ein reines Schwarzweißbild (Abb. 51). Genausogut kann man aber auch ein normales Foto zu einem fast nur weißen «High-Key»-Bild laborieren (Abb. 144). Man kann ein Bild so drehen, daß der Abgebildete arrogant oder auch liebenswürdig aussieht (im ersten Falle dreht man es etwas hintenüber, im zweiten vornüber). Solche Manipulationen sind nicht nur Spielereien, sondern dienen oft genug der Bildpolitik. Der Redakteur einer Bilderseite pflegt gelegentlich ein Bild zu kontern, d. h. es so klischieren zu lassen, daß der Abgebildete zum Beispiel nach rechts statt, wie auf dem Original, nach links sieht (Abb. 45); er darf das aber nur dann tun, wenn dadurch der authentische Charakter des Bildes nicht gefährdet wird; man unterläßt es auch, wenn das Bild irgend etwas zeigt, an dem der Betrachter merken könnte, daß es seitenverkehrt ist (zum Beispiel Herrenanzüge, Schrift bei einem Straßenbild usw.). Manchmal «kontert» der Bildredakteur, um der hergebrachten Regel zu folgen, nach der eine abgebildete Person nicht aus dem Blatt hinaus, sondern hinein schauen soll, oder auch, wenn zu viele Bilder dieselbe Richtung haben. Dafür gibt Abb. 5, auf der Gottfried Benn bewußt gekontert wurde, ein Beispiel.

Als Retusche gelten heute nicht allein Verschönerungen, sondern auch notwendige Akzentuierungen (Abb. 49 und 50). Oft werden Abschwächungen und Verstärkungen auf chemischem Wege am Negativ oder Positiv gemacht und Nachbelichtungen, die eine zu helle Ohrpartie abdunkeln oder ein Doppelkinn wegzaubern. Über die Möglichkeiten des besonderen Bildausschnitts, der dem endgültigen Foto in den meisten Fällen erst zu einer sichtbaren Komposition verhilft, braucht hier wohl nichts weiter gesagt zu werden. Es ist bekannt, daß ein Könner im

Labor noch aus jedem Allerweltsschnappschuß etwas Wesentliches herausholen, ihn nachträglich fotogen machen und sogar noch eine gelenkte Bildpolitik hineinmanipulieren kann.

In der gesamten nichtaktuellen, künstlerisch ambitionierten Fotografie – auch schon bei Farbfotos – ist es üblich, sich auf die endgültige Bildgestaltung erst im Labor zu konzentrieren. Die meisten Fotografen verdanken ihren großen Ruf also nicht nur ihrer Atelierarbeit und ihrer Aufnahmetechnik, sondern auch ihrer hervorragenden Laborkunst. Der Kunde weiß davon natürlich nicht viel und ist oft erschrocken, wenn er bei einer solchen «Laborkanone» den noch unbearbeiteten Kontaktabzug seines Porträts sieht. Diese Kontakte sehen zunächst oft genug wie primitive Paßbilder oder Amateurfotos aus. Die Negative werden daher sorgsam gehütet und erst freigegeben, wenn sie vergrößert und fotogen gemacht worden sind. Aus diesem Grunde sind die Negativarchive großer Fotografen nicht unbedingt Wertmesser ihrer Kunst.

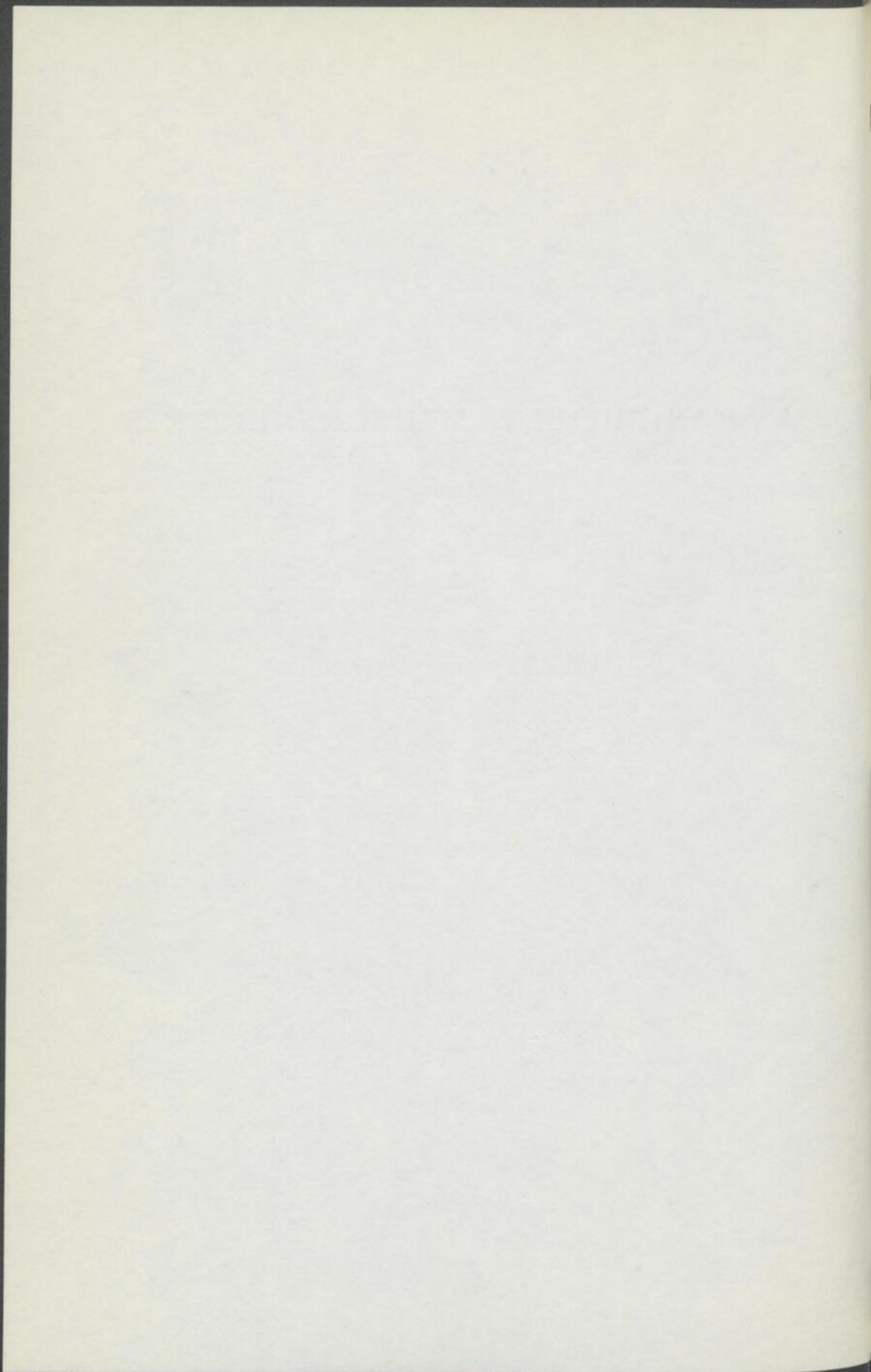
Bei der nicht bestellten, also der «freien» Arbeit kann es sich der Fotograf leisten, zu experimentieren und das Bild so interessant oder auch so häßlich zu machen, wie er Lust hat, vorausgesetzt, er verletzt nicht das «Recht am eigenen Bilde». Den Möglichkeiten, einen Blickfang zu schaffen, sind sonst sehr weite Grenzen gesetzt. Besonders die Werbefachleute übernehmen gern die kühnsten Einfälle. Auch eine ganze Reihe anspruchsvoller Zeitschriften drucken die von bedeutenden Fotografen im Labor eigenwillig «frisierten» Porträts prominenter Köpfe gern ab (Abb. 41 und 52). Ganze Schulen der künstlerischen Fotografie (Hugo Erfurth mit seinen hervorragenden, aber malerisch erst nachträglich stark verbesserten Porträts auf «Ölpigmentdrucken») manipulierten früher mit einem Pinsel Farbe in gequollene Gelatineschichten hinein, malten also Dunkelheit dahin, wo sie sie brauchten, und ließen Farbe weg, wo etwas weiß bleiben sollte. Es war eigentlich Malerei auf foto-

grafischen Schichten. Im Bestreben, mehr «reale» Fotografie zu zeigen, gehen moderne Fotografen heute materialgerechtere Wege, zum Beispiel durch direkte Vergrößerung auf ultrahartem Papier (Otto Steinert und Irving Penn).

Das Labor ist heute durch die experimentelle Fotografie zu einer sehr wichtigen «Kunstküche» geworden. Gute Zeitschriften (wie *Camera* oder *Vogue*) bedienen sich ihrer gern, nicht dagegen die aktuelle Presse. Auch die in der freien Fotografie zeitweise sehr beliebten Montagen sind in der seriösen Bildpresse nicht angesehen. Durch manche unseriöse Dunkelkammerarbeit und Retuschemanipulationen hat auch der Ruf der Pressefotografen gelitten. Deshalb werden von den internationalen Agenturen und großen Zeitungen nur zuverlässige Reporter auf die Reise geschickt. Ihre Bilder müssen in den Tatsachen so hieb- und stichfest sein wie fünffach überprüfte Nachrichten. Und ihre Filme werden ihnen abgenommen und von einem neutralen Laboranten ganz normal vergrößert, während sie schon das nächste Ereignis fotografisch wahrnehmen müssen.

VII

DAS MANIPULIERTE MENSCHENBILDNIS



DAS PORTRÄT
FRÜHER
UND HEUTE



1

Früher war der Porträtierte fast immer selbst der Auftraggeber des Bildes. Der Künstler setzte alles daran, ihn, der oft auch sein Mäzen war, zufriedenzustellen. Er überhöhte durch seine Kunst die äußere Erscheinung und die geistigen Eigenschaften seines Modells. – Zusätzlich machte Hans Holbein d.J. das tragische Lebensbild des «dichtenden Offiziers» Henry Howard auf diesem Porträt sichtbar.

São Paulo, Kunstsammlung

Auch der Fotograf lebte zunächst vom bestellten Porträt. Seine Aufgabe war, den Wünschen der Kundschaft mit allen Mitteln seiner jungen Kunst gerecht zu werden. In dieser koketten Pose fotografierte der k. u. k. Hofphotograph um 1900 eine schöne Wienerin.

SZ-Archiv



2

K. u. k. Hof-Atelier

K. K. Hof-Atelier

In unserer Zeit ist das mehr oder weniger mechanisch hergestellte Ausweisbild der letzte wesentliche Auftrag des Privatmanns. Die häufigste Form des Fotoporträts ist die aktuelle, meist geblitzte Aufnahme einer für die Öffentlichkeit interessanten Person. Der Auftraggeber ist gewöhnlich eine Bildagentur oder ein Presseorgan. Der Dargestellte selbst hat keinen Einfluß mehr auf die Gestaltung des Bildes, und der Schnappschuß zeigt ihn oft nicht gerade von der vorteilhaftesten Seite.

Josephine Baker nach der Schlußverbeugung bei einem Gastspiel.



3

Direkte Aufträge für Porträts werden auch in der bildenden Kunst immer seltener. Man erwartet mit Recht Ähnlichkeit, fürchtet sie aber auch. Nur wenige haben den Mut, sich der Welt als «neue Figuration» zu präsentieren.

Hier sitzt der Lyriker Kuno Raeber vor seinem Porträt von Hans Platschek (1960).

Foto: Franz Hubmann



4

Nur auf eigenes Risiko, als «freie» Arbeit kann heute der ambitionierte Fotograf ausgewogene Porträts schaffen, wie dieses des Dichters Gottfried Benn, kurz vor seinem Tode 1956. Das Zufällige des Schnappschusses ist ausgeschaltet. Ausdruck und Haltung sind nicht «momentan». So sieht der Versuch aus, möglichst viele Einzelzüge in einem Porträt zu vereinen.



5



Das Porträt ohne Auftrag ist heute meist als «bewegtes» Bild erwünscht, als möglichst lebendiges Ereignis; nicht nur aus Zeitmangel, sondern um der lebendigen Unmittelbarkeit willen, die eine unbeobachtete Aufnahme mit langer Brennweite erlaubt.

Der Pressechef der Lufthansa, H. G. von Studnitz.

6

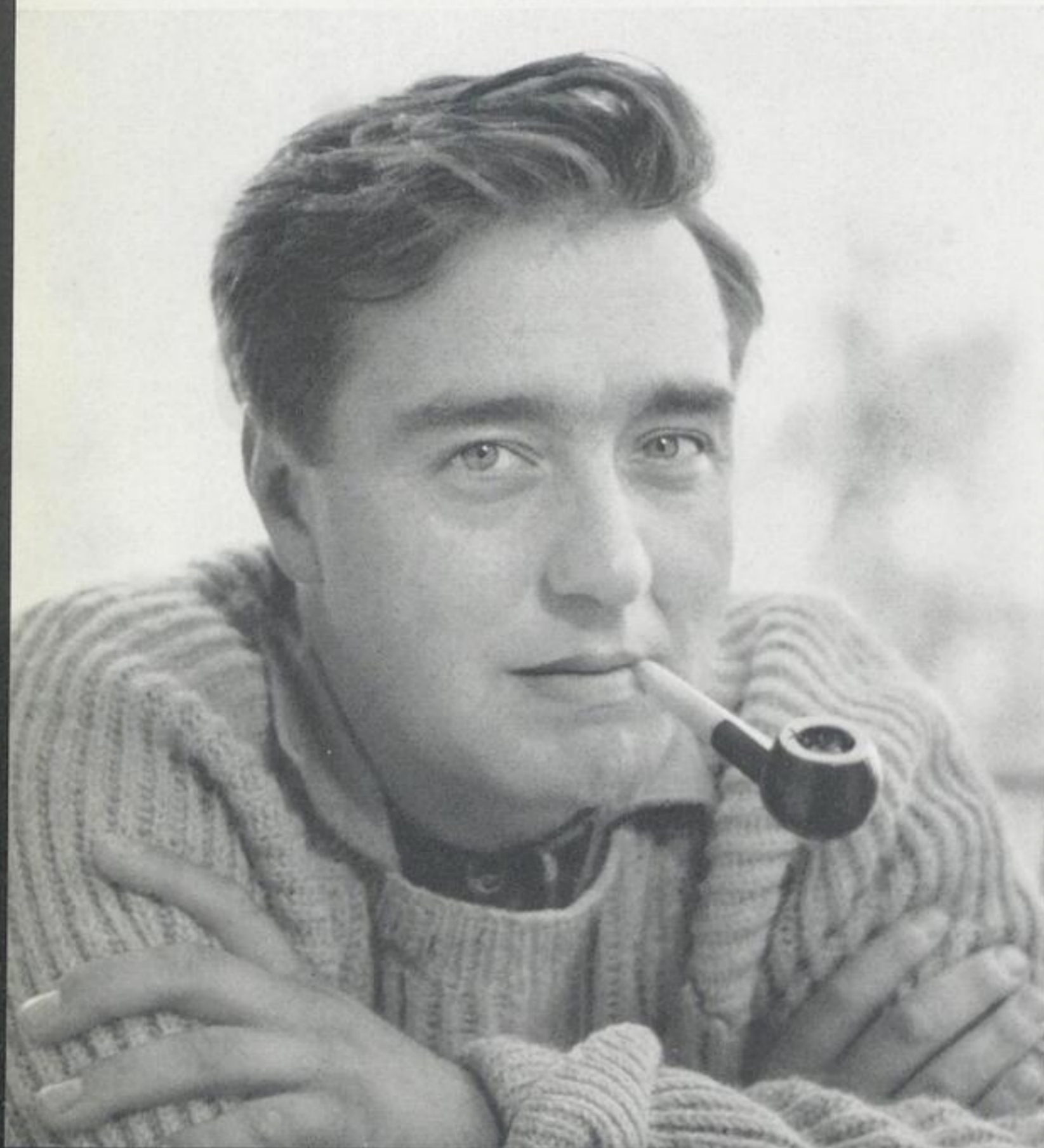
DIE GELENKTE BILDPOLITIK

Ein Mensch — fünf Gesichter

Jeder Mensch kann viele Gesichter zeigen, ohne sich besonders verstellen zu müssen. In der Öffentlichkeit können die verschiedenen Varianten «gezielt» eingesetzt werden.

So ist z. B. für die Bildwerbung in hanseatischen Kaufmannskreisen der Ausdruck korrekter Zurückhaltung angebracht.

7



Der zuverlässige «nette Kerl» wäre das geeignete Geschenkfoto für die Ehefrau oder die Freundin. Er hätte damit aber auch große Chancen, wenn er sich so als Film- oder Fernsehschauspieler anböte.

8



9

So ein lachendes Jungengesicht ist immer etwas für Mütter. So viel Harmlosigkeit könnte sogar auch die Geschworenen für den Angeklagten einnehmen.

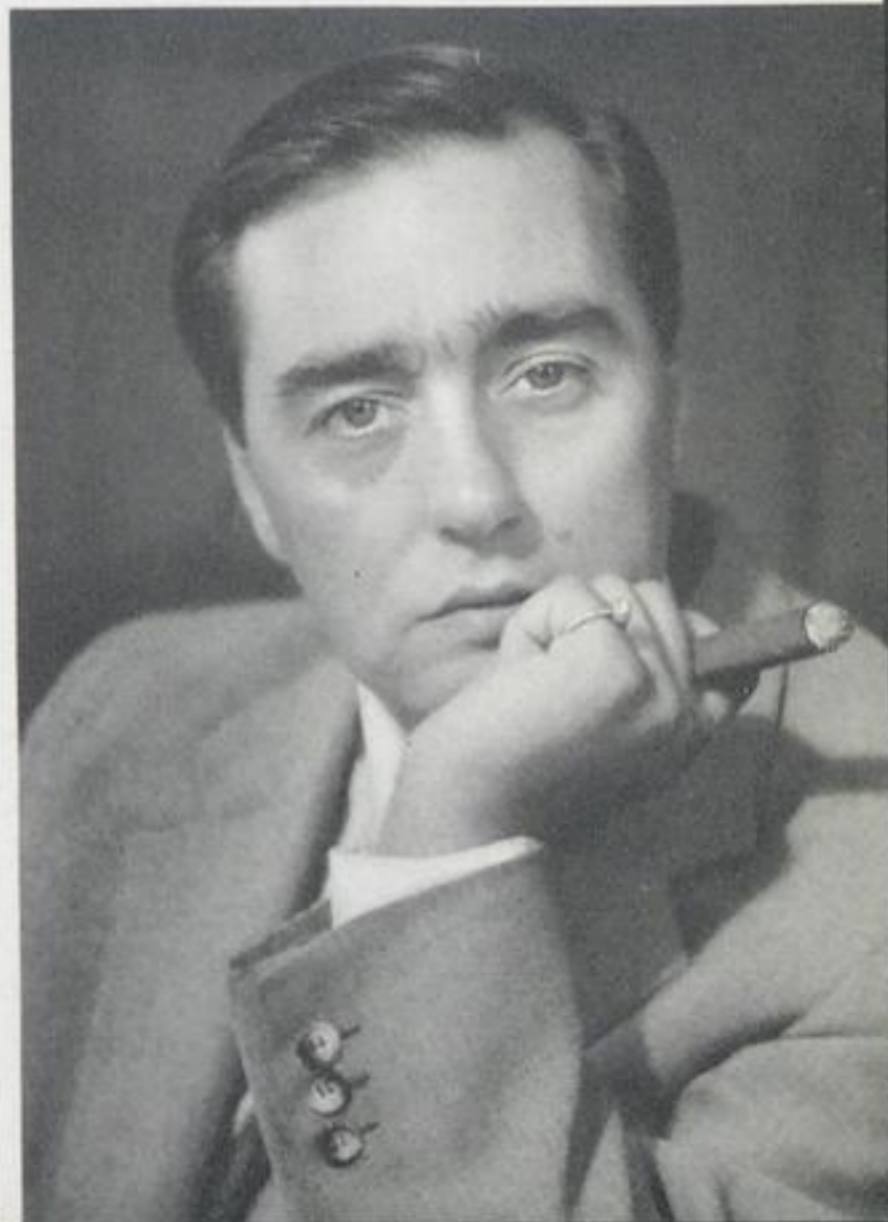
Für die Bewerbung als Angestellter wäre Bild 10 das richtige. Es verrät Ausdauer und Unbestechlichkeit und nicht allzuviel Oppositionsgeist.

Wie auf Bild 11 sollte sich der gleiche junge Mann als freier Unternehmer lieber nicht fotografieren lassen, denn derartige Posen sind heute nicht sehr populär. «Kumpel mit Herz» wäre besser.

11



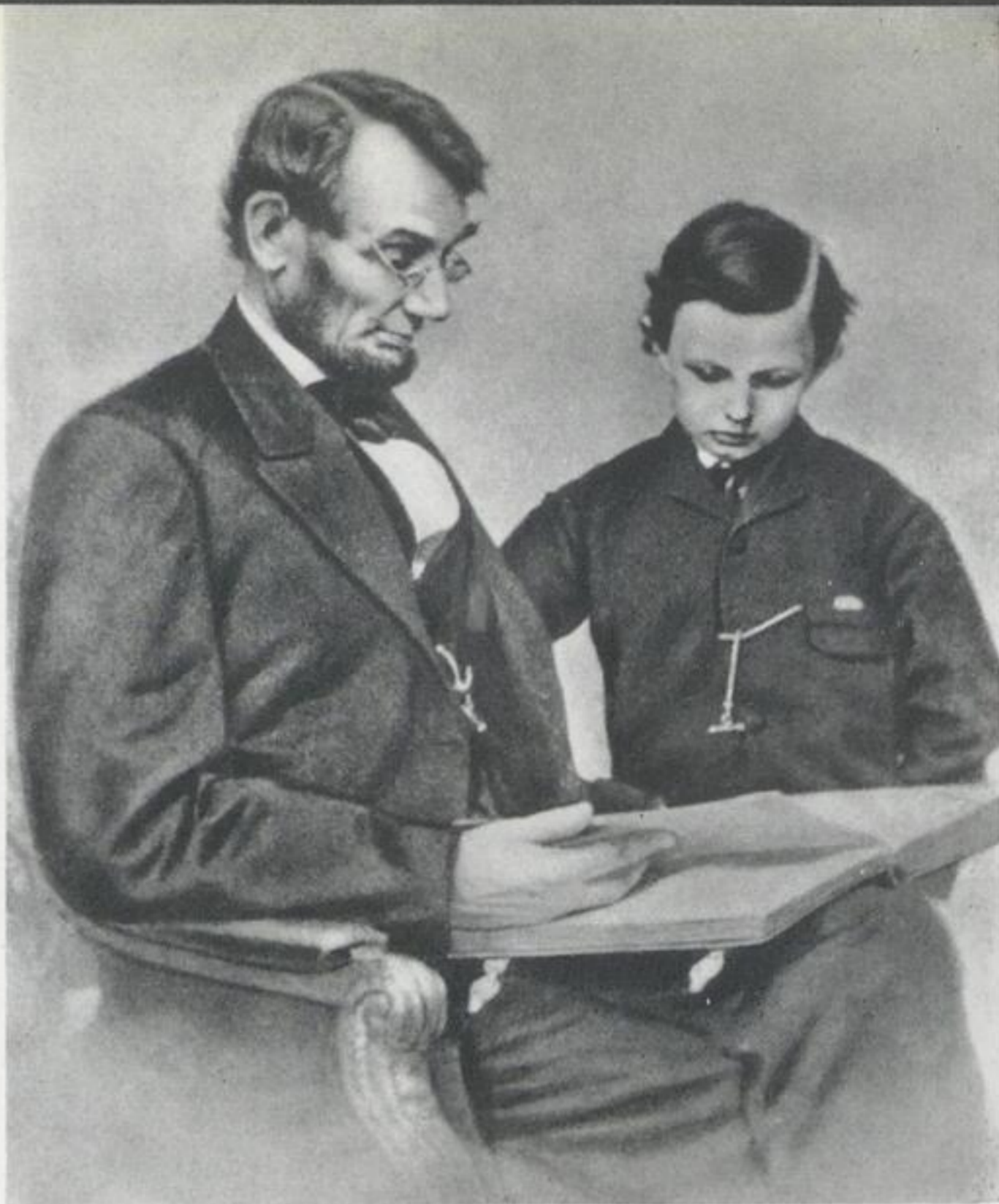
10



e
r
e
-
e
h
-
e.

Der große Abraham Lincoln betrieb schon vor hundert Jahren eine fotogene Bildpolitik mit den «human interests». 1864 mußte Matthew B. Brady dieses «Bild eines guten Vaters» machen, und es wurde ungemein populär. In vielen amerikanischen Häusern hing es auf dem Ehrenplatz.

Foto: Usis



12

DER SPIEGEL

10. JAHRGANG • NR. 33
15. AUGUST 1955 • 1 DM
ERSCHEINT MITTWOCHS
VERLAGSORT HAMBURG



GESCHÄFTE MIT FRAUEN UM VIERZIG
Heiratsmarktforscher Adam von Redwitz (siehe „Gesellschaft“)

Auch die Presse betreibt Bildpolitik. Wie sie den ihr gelieferten Text auf den «Stil des Hauses» redigiert, so muß auch das Foto auf diesen Stil und auf den Platz, an dem es erscheinen soll, abgestimmt sein. Wer Covergirl oder -boy einer großen Zeitschrift gewesen ist, hat ohne eigenen Einsatz einen Publicity-Sieg errungen.

A. v. Redwitz als «Spiegel»-Kopf.

13

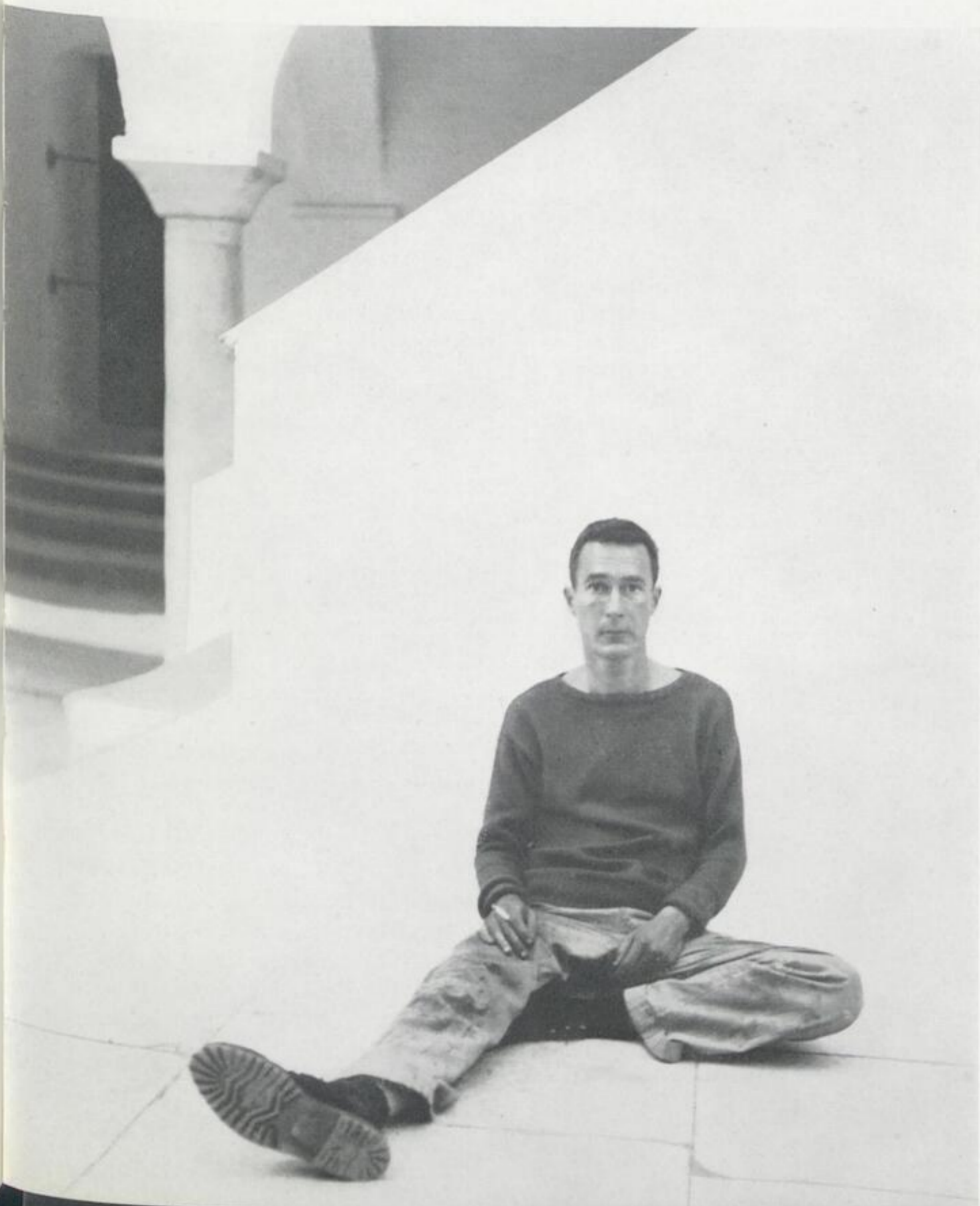
DIE
DIKTATUR
DER
TECHNIK



14

Jedes Einzelblitzlicht genau von vorn macht flach und langweilig, selbst wenn es sich wie hier um eine Versammlung deutscher Dichter handelt (14).

Die fotografischen Objektive reagieren ähnlich wie das menschliche Auge. Wenn man nahe an ein Objekt herangeht, wird es nach hinten verkleinert und nach vorn vergrößert. Besonders macht sich diese Verzeichnung bei kurzer Brennweite bemerkbar (15).



15

Dieser Kopf wurde mit einer direkten Lichtquelle von vorn beleuchtet. Bei dieser Beleuchtung werden im allgemeinen die fest am Tisch sitzenden deutschen Fernsehansagerinnen aufgenommen.

16



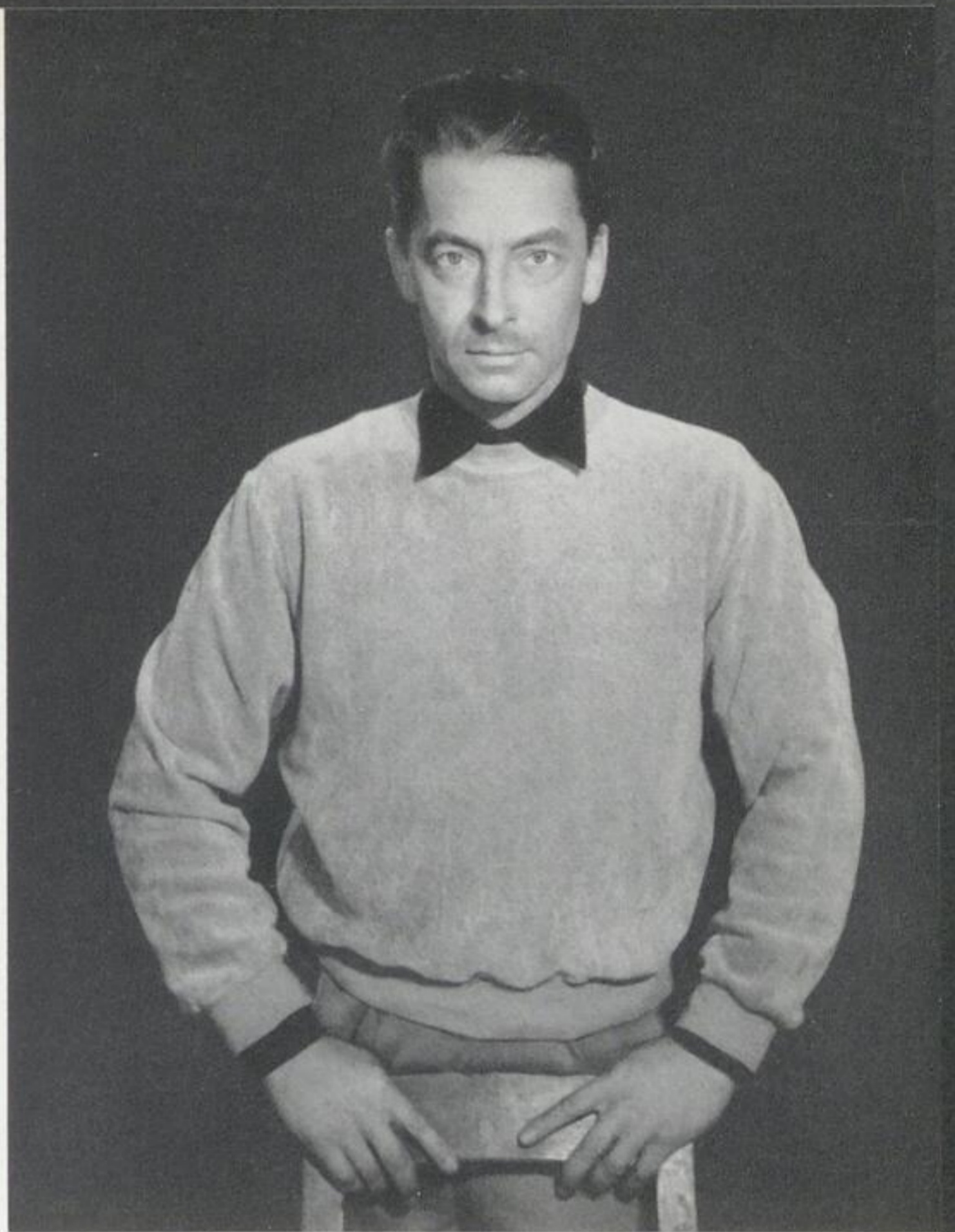
So gealtert kann der gleiche Kopf erscheinen, wenn bei Live-Sendungen Licht nicht nur von vorn, sondern von allen Seiten kommt. Daher sind tiefe Ausschnitte nur bei einem tadellosen Dekolleté angebracht.

17



Millionen deutscher Fernseher kennen die gut gewachsene, charmante Ansagerin Irene Koss. Bei dieser Originalaufnahme vom Bildschirm aber sieht man, wie bei der geringsten Neigung «Oberlastigkeit» entstehen kann und die gute Figur «haltlos» wird. Die Haarpartie wird zu mächtig, das Kinn verschwindet.

18



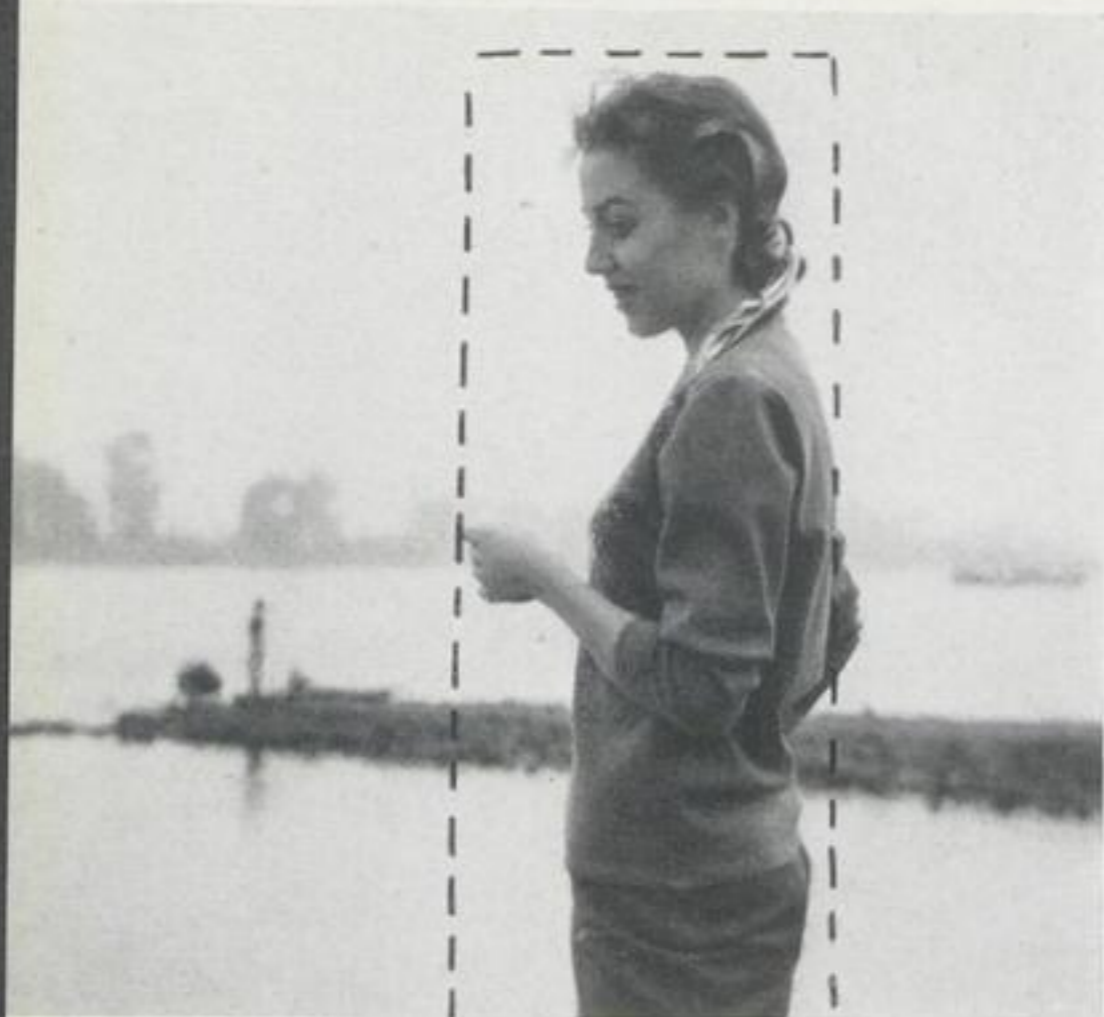
19

Bei den meisten heute üblichen fotografischen Verfahren kommt Blau etwas zu dunkel. Man sieht nicht, daß Herbert von Karajan auf dieser Aufnahme frisch rasiert war und in Wirklichkeit ganz hellblaue Augen hat. — Für einen so hellen Pullover hätte der Fotograf einen etwas helleren Hintergrund wählen müssen. Jetzt drängt sich seine Farbe ungebührlich auf und nimmt dem Gesicht dadurch etwas weg. Außerdem versinken die dunklen Haare im ebenso dunklen Hintergrund. Ein gutes Beispiel für einen schlecht gelenkten Grauwert.



Loni von Friedl in einem hochgeschlossenen weißen Kleid, bei üblicher Bühnenbeleuchtung aufgenommen. Man kann sich denken, daß die Reflexe unter dem Kinn bei weniger jugendfrischen, schlanken Menschen äußerst unvorteilhaft wirken, weil sie dick und kinnlos machen.

20



21



22

Presseredaktion und Druckerpresse verfahren mit der Fotografie oft ebenfalls diktatorisch. Für den einspaltigen Abdruck eines Bildes wird die vom Fotografen mit eingefangene Atmosphäre und Umwelt des Dargestellten einfach weggeschnitten (21). Wie das Bild von Carl Zuckmayer zeigt, werden reines Schwarz und Weiß im groben Raster und auf dem stark holzhaltigen Papier der Tageszeitungen unscharf und verschmiert wiedergegeben (22). — Die Bildunterschrift ist Sache des Redakteurs. Weder der Fotograf noch sein Objekt haben im allgemeinen Einfluß auf die Formulierung. Wer so viel Geist und väterliche Güte ausstrahlt wie Professor Heuss, kann es sich leisten, selbst vor einer Königin im Scherz den Zeigefinger zu heben. Die Beteiligten lachten herzlich. Die ausländische Presse betextete das Bild dennoch zum Teil recht unfreundlich (23).

Reuterphoto



23

DIE GELENKTE TECHNIK

Beleuchtung

Das Licht ist der Lebensraum der Fotografie. Von seiner Diktatur oder seiner Lenkung hängt das Gelingen einer Aufnahme ab. Die Einwirkung des Lichtes vermag das Menschenbild genauso zu verändern wie Kostüm und Mienenspiel.

Der Bühnenbildner Caspar Neher im seitlichen Tageslicht. Diese Beleuchtung macht prägnant, jedoch nicht jugendlich. Daher vor allem für männliche Porträts geeignet.

24





25

Der kleine Neapolitaner steht im direkten Sonnenlicht (25). Erwachsene kneifen meist noch mehr die Augen zu. Darum ist Sonnenlicht mehr originell als schön.

Auch diese Einleuchtung ist mit jeder Lichtart möglich. Der weiße Hintergrund hebt die Figur dieses Griechenjungen (26) plastisch hervor. Das Porträt wirkt ruhig, aber trotzdem bewegt.

26



Liselotte Pulver im Kunstlicht.

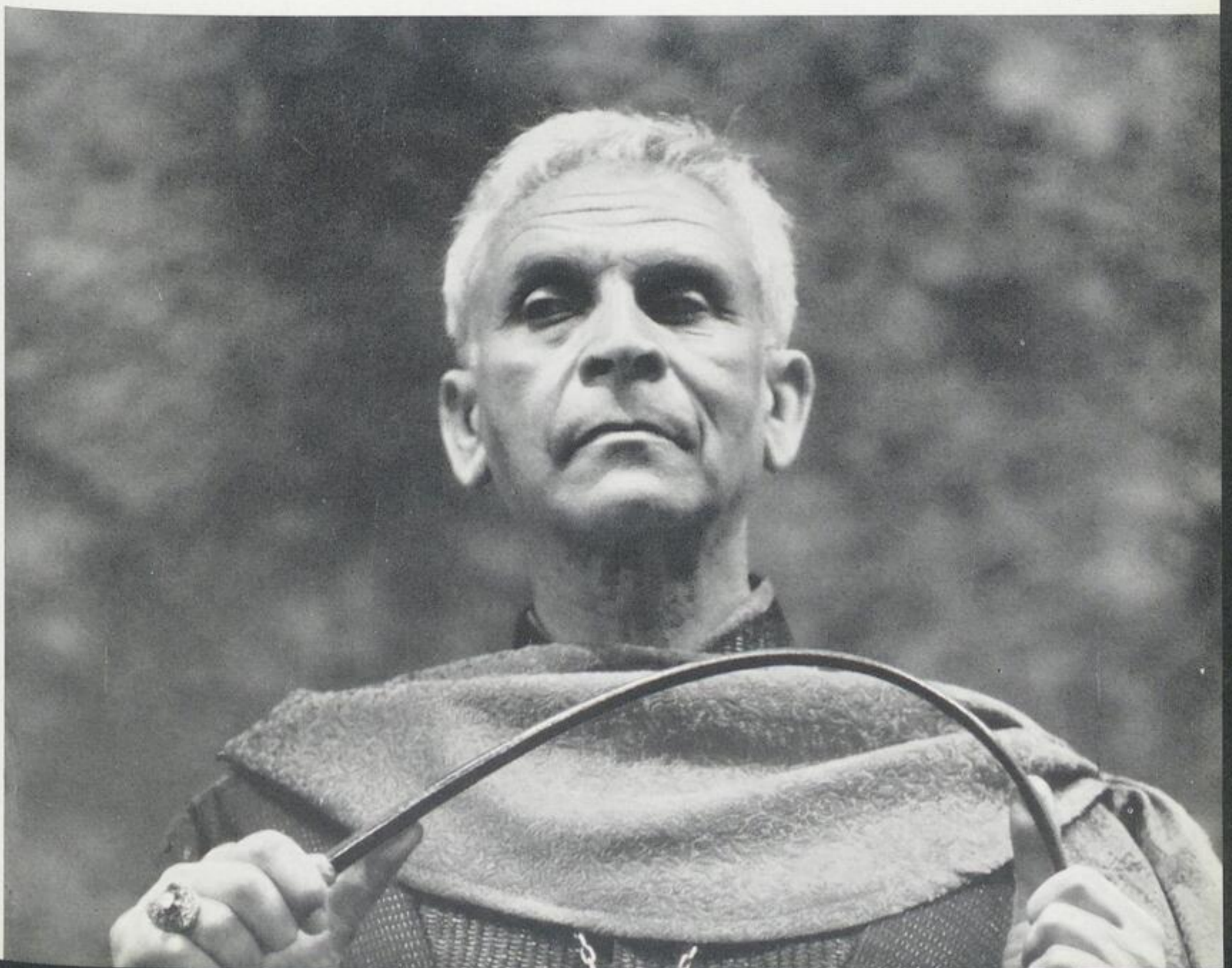
Ein direktes Hauptlicht von vorn macht jedes Gesicht glatt, jung, aber auch rundlich. Der Film verwendet es gern für Großaufnahmen weiblicher Stars. Dem Pressefotografen fehlt meist die Zeit für solche sorgfältigeren Einleuchtungen.

27



Kunstlicht von beiden Seiten wird, da es faltig macht, oft zur Charakterisierung einer Rolle in Theater oder Film eingesetzt (wie hier beim Geßler aus «Wilhelm Tell», den Ernst Deutsch kalt und ironisch darstellt).

28



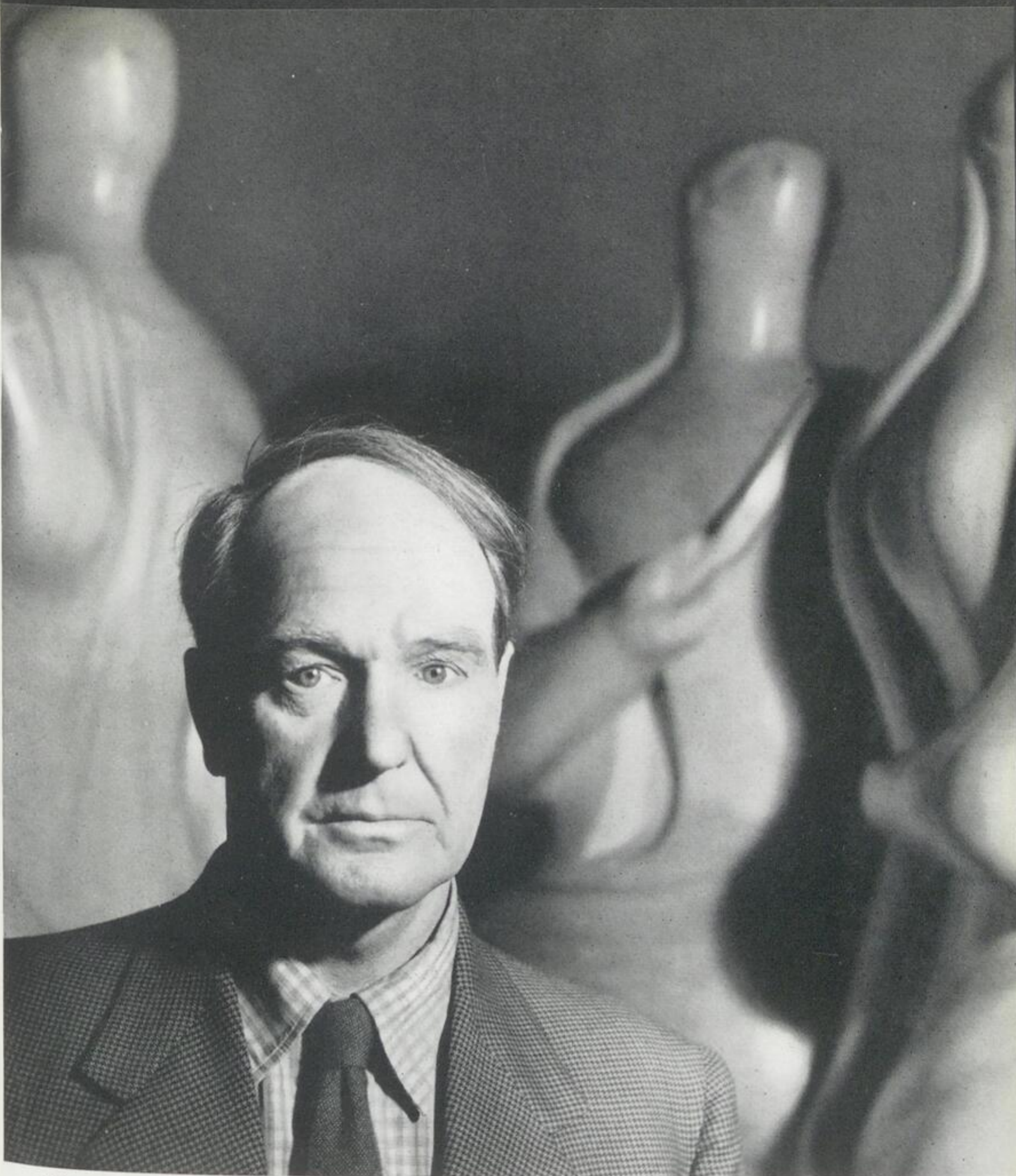


29

Der Fotograf versucht den Grauwert auf seinem Bild möglichst so abzustimmen, daß bei einem Porträt das Gesicht, bei einem Modelfoto die Kleidung zur Hauptsache wird. Diese Grauwerte lassen sich bei jedem Licht entsprechend verschieben. Hier sehen wir zwei im Freien geblitzte Porträts der Schauspielerin Gardy Granass. Unter gleichen sonstigen Voraussetzungen ist hier der Grauwert allein durch Belichtungszeit und Blende gelenkt worden. Bild 29 wurde so kurz belichtet, daß sich fast nur der Blitz auswirkt und das vorhandene Tageslicht als leiser Nachteffekt auf dem Wasser liegt ($\frac{1}{500}$ Sek. Belichtungszeit bei Blende 22). Bild 30 wurde so aufgeblendet, daß sich zusätzlich das Tageslicht im Hintergrund auswirkt ($\frac{1}{125}$ Sek. Belichtungszeit bei Blende 5,6). Man sieht, der Einzelblitz braucht nicht langweilig auszusehen. Auch er kann künstlerisch gezielt eingesetzt werden.

30





31

Das Blitzlicht von vorn macht ebenso glatt wie alles Vorderlicht. Bei dem englischen Bildhauer Henry Moore wurde deshalb ein Seitenblitz angewendet. Auf diese Weise wurde der Gesichtsausdruck dramatischer und der Schlagschatten auf dem Hintergrund vermieden.

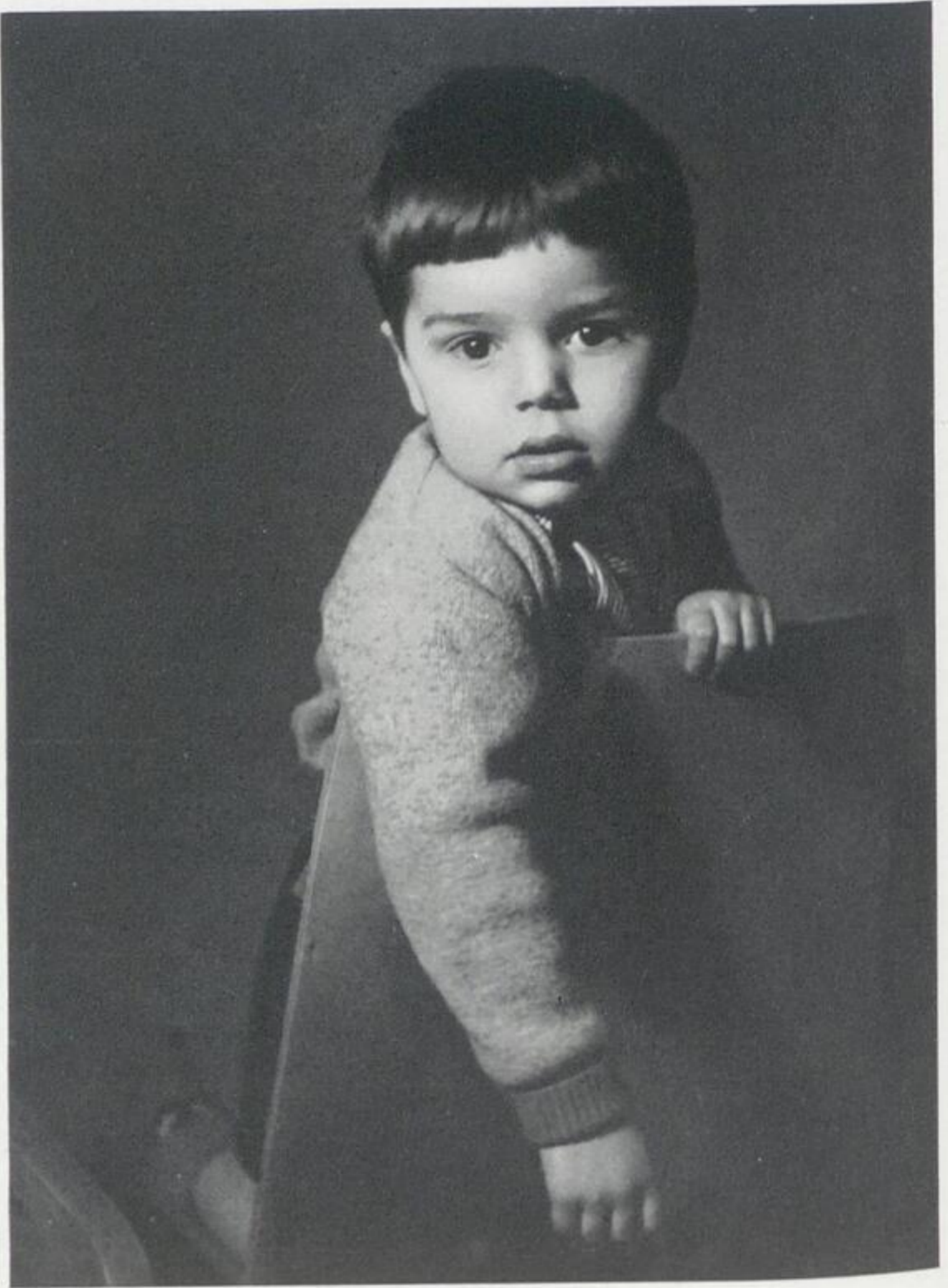


32

Der Hintergrund

Eine weiße Wand kommt auf der Fotografie nur dann weiß, wenn sie beleuchtet wird (32). Wird sie nicht beleuchtet, kommt sie dunkel (33). Bei beiden Kinderbildern war der «Hautton» des Gesichts etwa gleichwertig eingeleuchtet, das heißt, daß der Abstand der Lampe von den Köpfen bei beiden etwa gleich groß war.

Fotos: Lore Bernbach



33



34

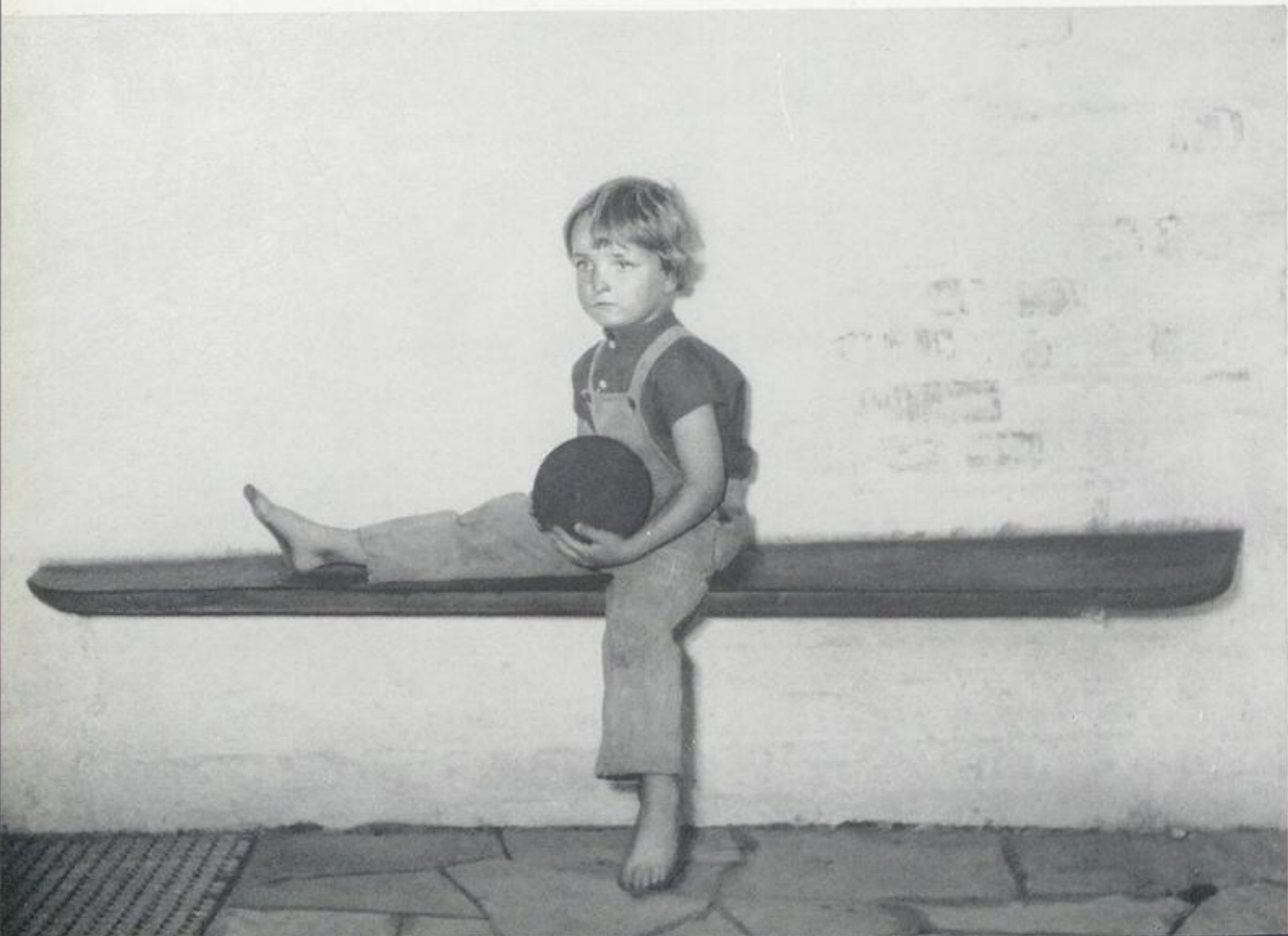
Die Figur dieser jungen Frau wird dadurch betont, daß sie vor einem weiß eingeleuchteten Hintergrund steht. Man sollte nur dann einen hellen Hintergrund wählen, wenn Frisur, Profil, Kleidung und Figur eine gute Silhouette abgeben oder wenn man sie, wie hier, bewußt herausheben will.



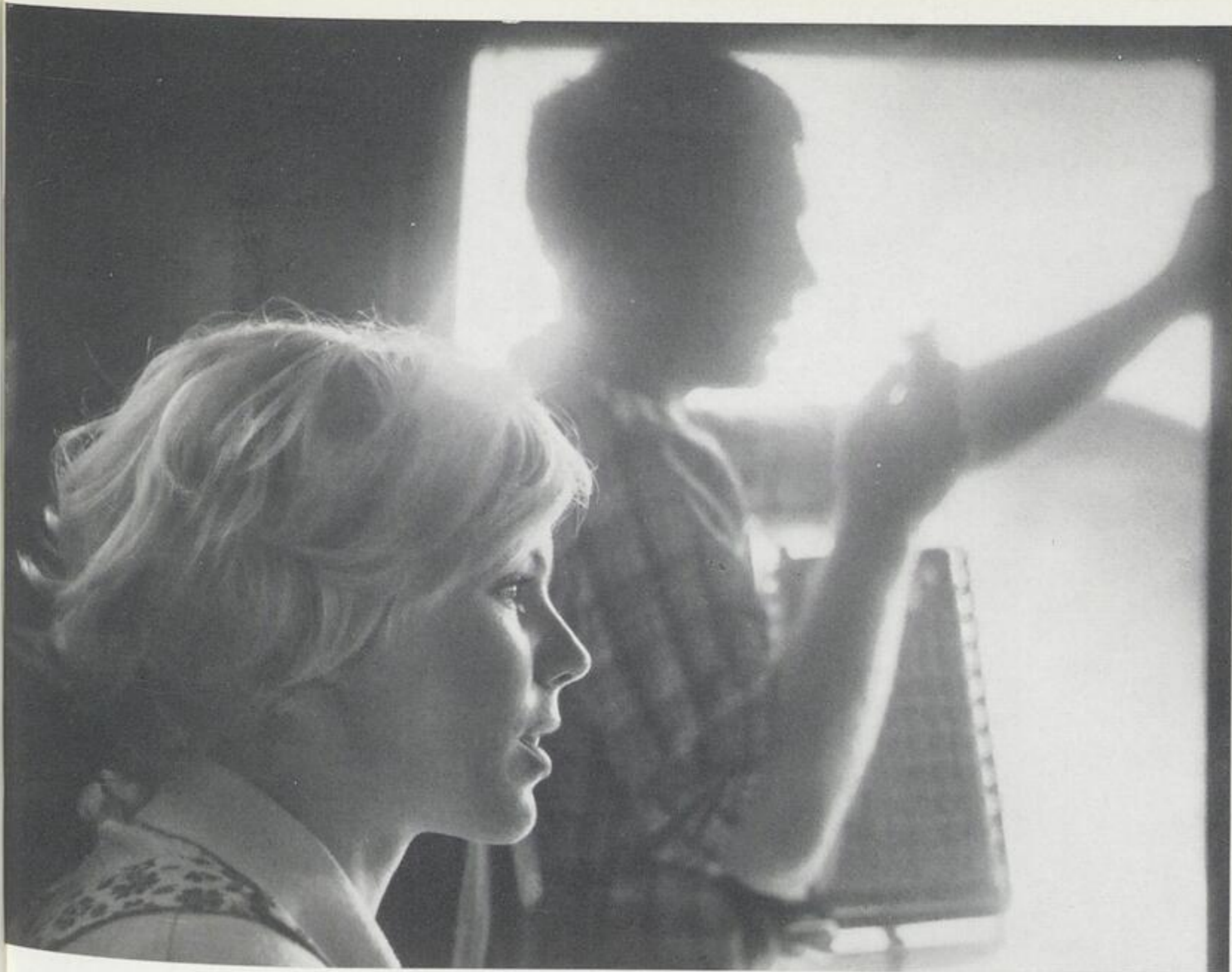
35

Ein typisches zu eiliges Pressebild: Der Fotograf hatte keine Zeit, den Hintergrund umzugruppieren. Hier wächst dem Schlagersänger Paul Kuhn, interviewt von der Journalistin M. J. Fricke, nur eine Blattpflanze aus dem Kopf. Es hätte aber auch ein Geweih oder ein Kronleuchter sein können. Der versierte Pressefotograf hätte den Standpunkt anders gewählt.

Auf Bild 36 hat der Hintergrund eine geometrische Funktion bekommen. Die schwerelos in die weiße Wand eingelassene Schieferbank unterstreicht die «Persönlichkeit» des kleinen Jungen und ergibt in der Bildkomposition eine blickfangende Kreuzform.



36



37

Bei dem Fernsehfilmbild aus «Schiffer im Strom» (Regie Wilhelm Semmelroth, Kamera Walter H. Schmitt) hat der Hintergrund eine mithandelnde Funktion bekommen, die sich beim Betrachter als blickfangende Story auswirkt. (Beate Hausdörfer, Siegfried Wald.)

Foto: Lore Bernbach

Bei Solveig Thomas als «Rose Bernd» ist die vom Gesicht ablenkende Unruhe des Kleides dadurch aufgefangen worden, daß auch ein ähnlich unruhiger Hintergrund gewählt wurde.

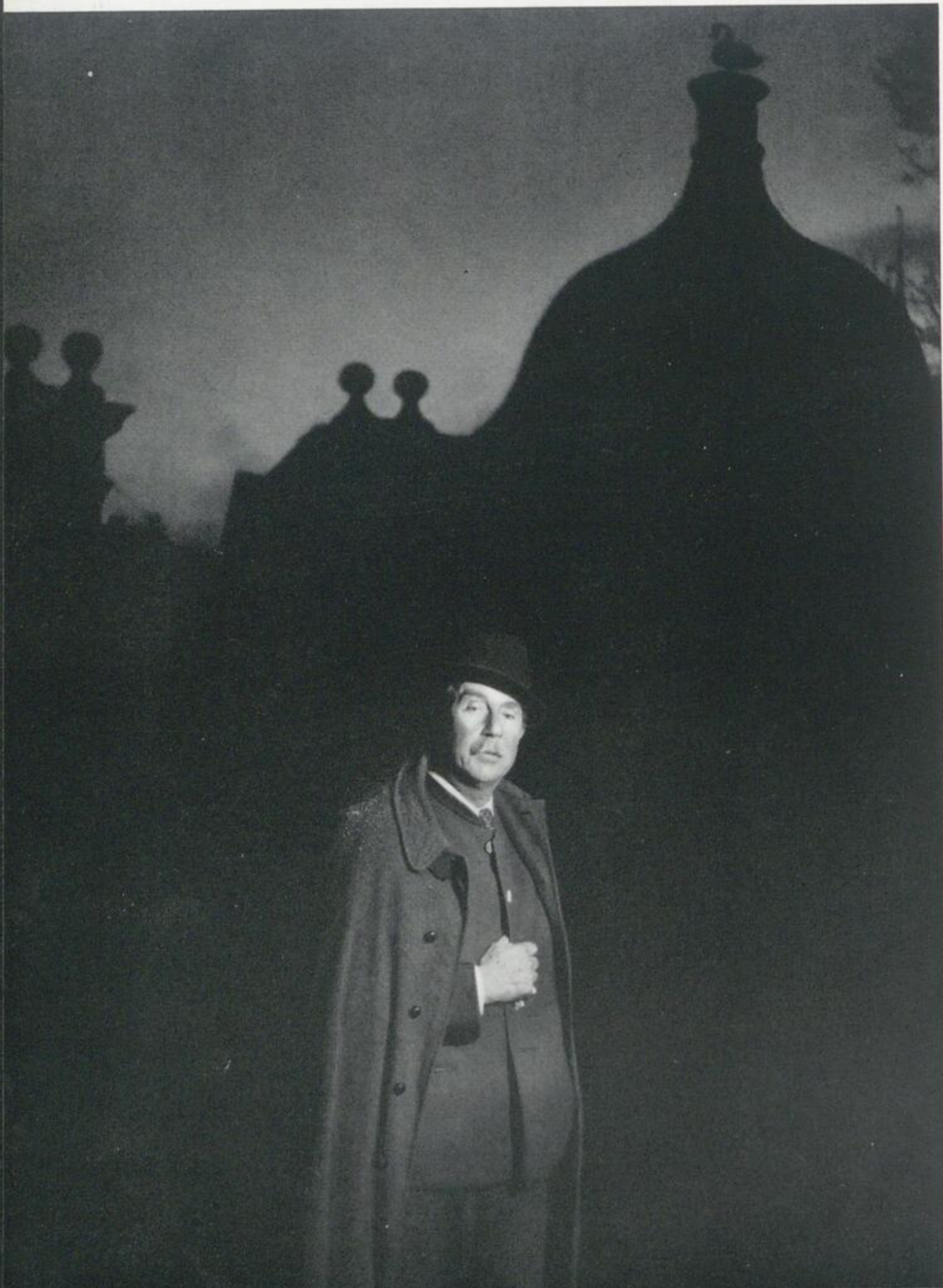
38



Regie und Inszenierung

Diese Aufnahme des Grafen Wolff-Metternich vor seinem Schloß ist keine Montage. Die Silhouette der Türme wurde so unaufdringlich mitinszeniert, daß der Akzent auf dem Gesicht blieb.

Das Foto wurde gegen Abend gemacht, der Schloßherr mit Kunstlicht beleuchtet.





1



22



31



4



23



40



6



24



42



14



30

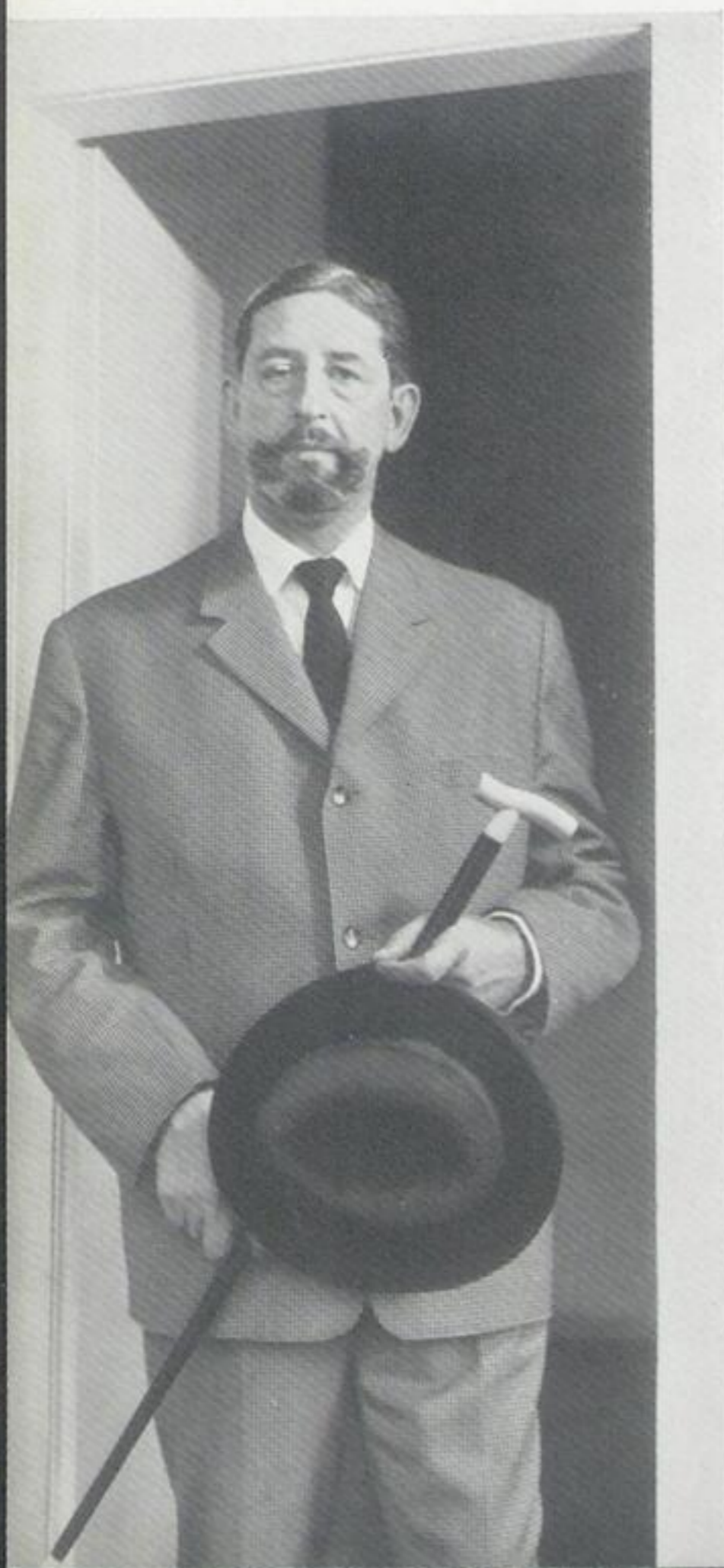


46

Diese Kontakte sind aus einer längeren «Porträtsitzung» in der angegebenen Reihenfolge herausgegriffen. Man kann gut sehen, wie sich die Regie des Fotografen bei einem schwierigen Modell auswirkt. Zunächst ist es unbeteiligt, völlig verkrampft und starrt ein Loch in die Luft. Allmählich lockert es sich, und das Gesicht «erfüllt» sich mit allen möglichen Ausdrucksphasen. Das herauszuholen ist bei ein bis zwei Belichtungen kaum möglich.



41



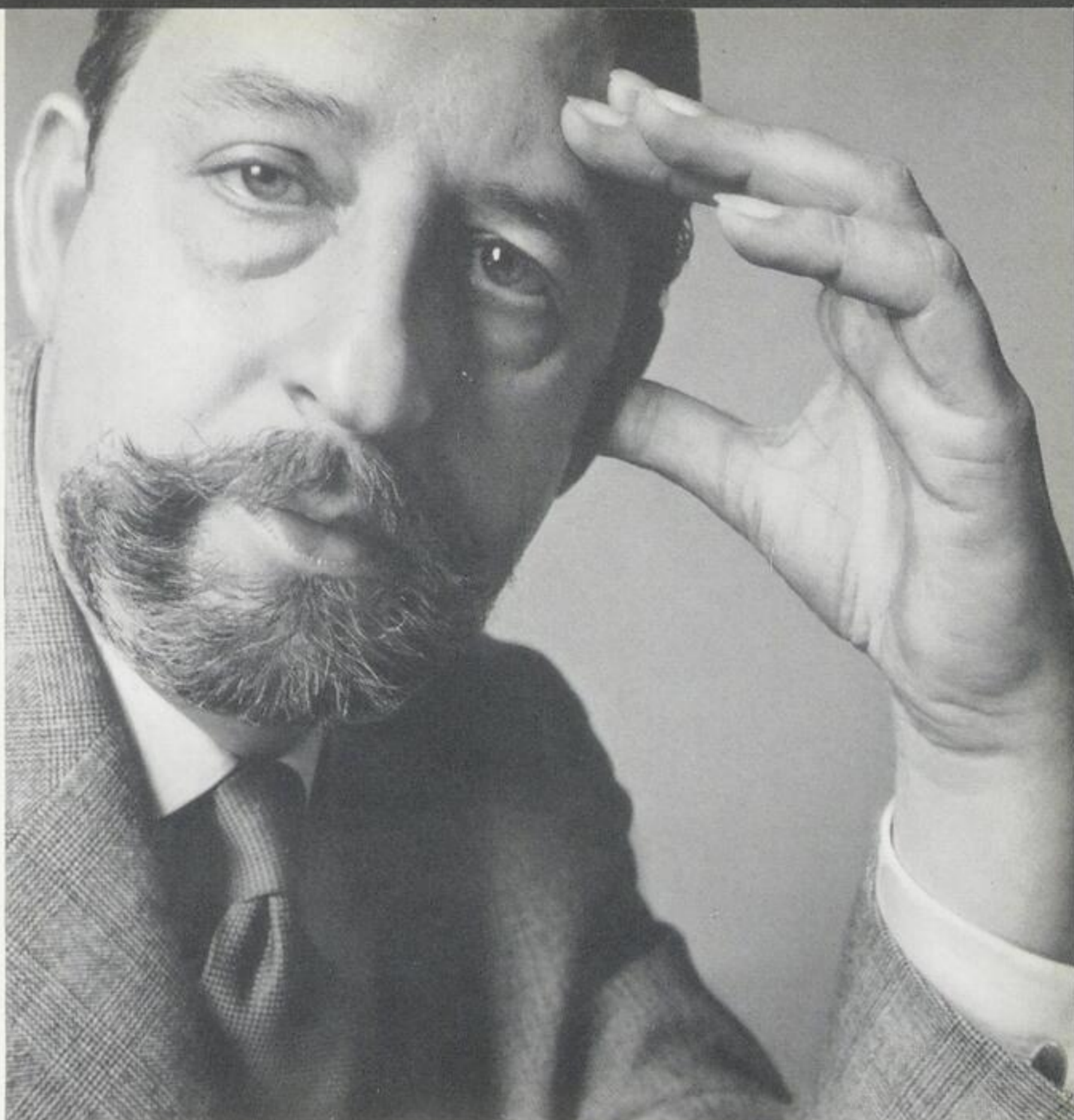
*Vier Fotografen,
vier Gesichter, ein Mensch*

Ein künstlerisch arbeitender Fotograf legt ebenso großen Wert auf persönliche Handschrift wie ein Maler oder Grafiker. Je eigenwilliger er ist, desto nachdrücklicher möchte er seinen Stil durchsetzen. Diese subjektive Fotografie sagt nicht immer die Wahrheit über das Objekt.

L. Fritz Gruber, der Organisator der Photokina-Ausstellungen, wurde viermal fotografiert. Chargesheimer, Köln, pointierte sein Bild durch Verzeichnungen. Er schuf einen zündenden Blickfang (41).

Liselotte Strelow, Düsseldorf, war die Ähnlichkeit wichtig. Als Blickfang betonte sie etwas das Modische (42).

42



43

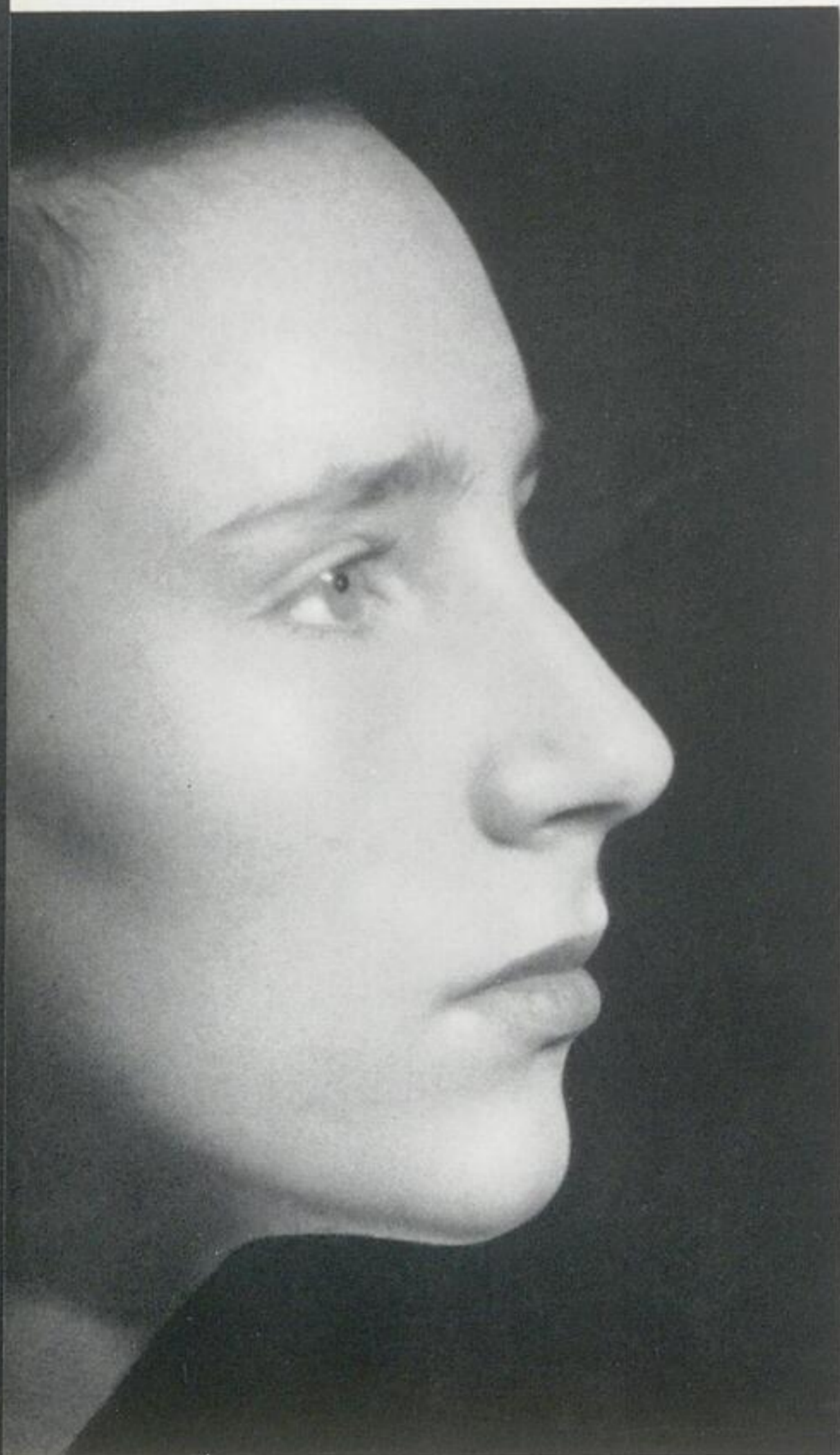
Irving Penn, New York, arbeitet Ausdruck und Profil seiner Modelle aus dem fotografischen Material heraus wie Michelangelo aus dem Marmor (43).

Ruhe und Reife strahlt das unäußerliche, aber nicht undramatische Porträt des Pariser Fotografen Daniel Masclet aus (44). Eine ernste, saubere Form in einer Zeit der immer mehr aussterbenden seriösen Porträtkunst.



44

Technische Korrekturen



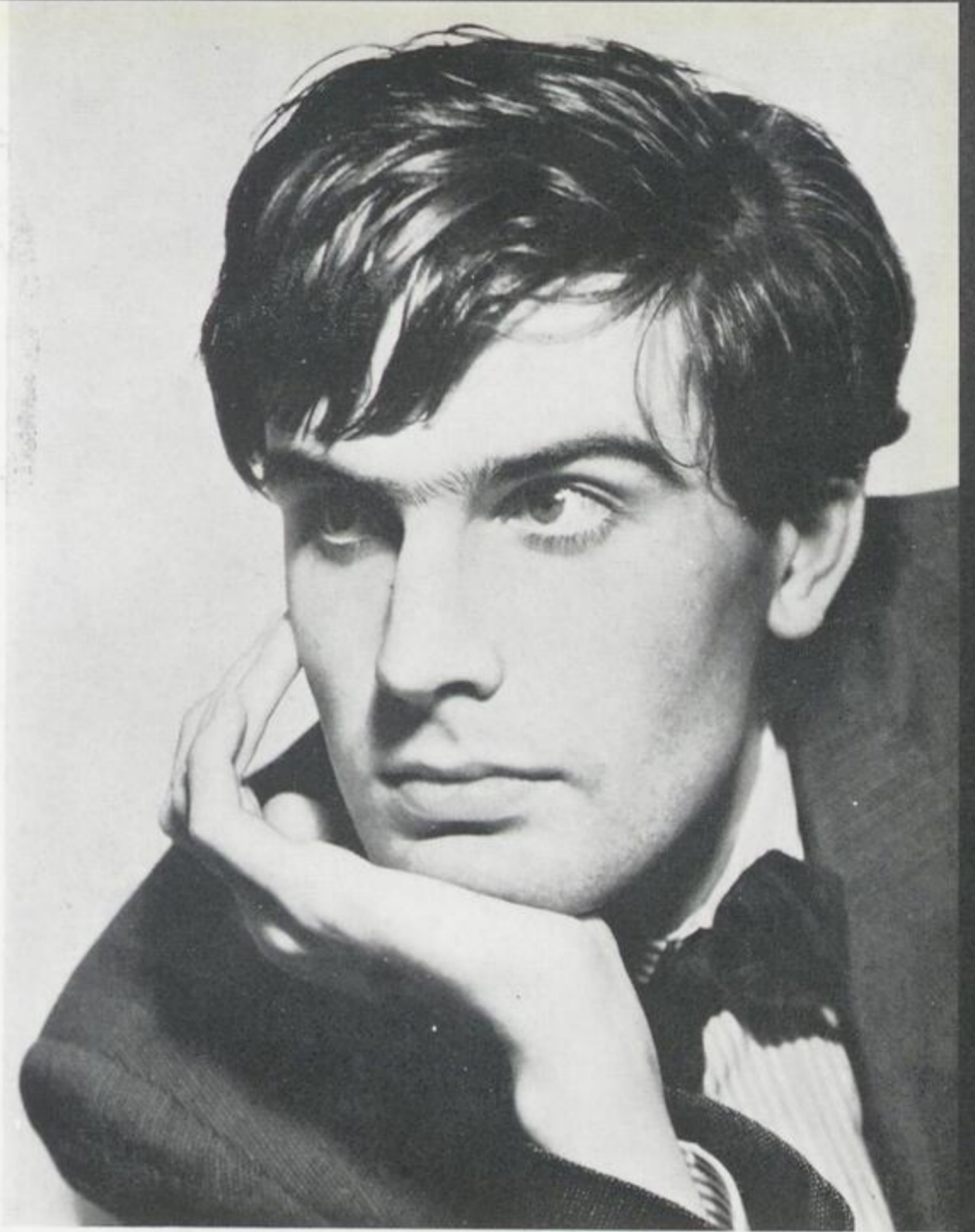
45

46

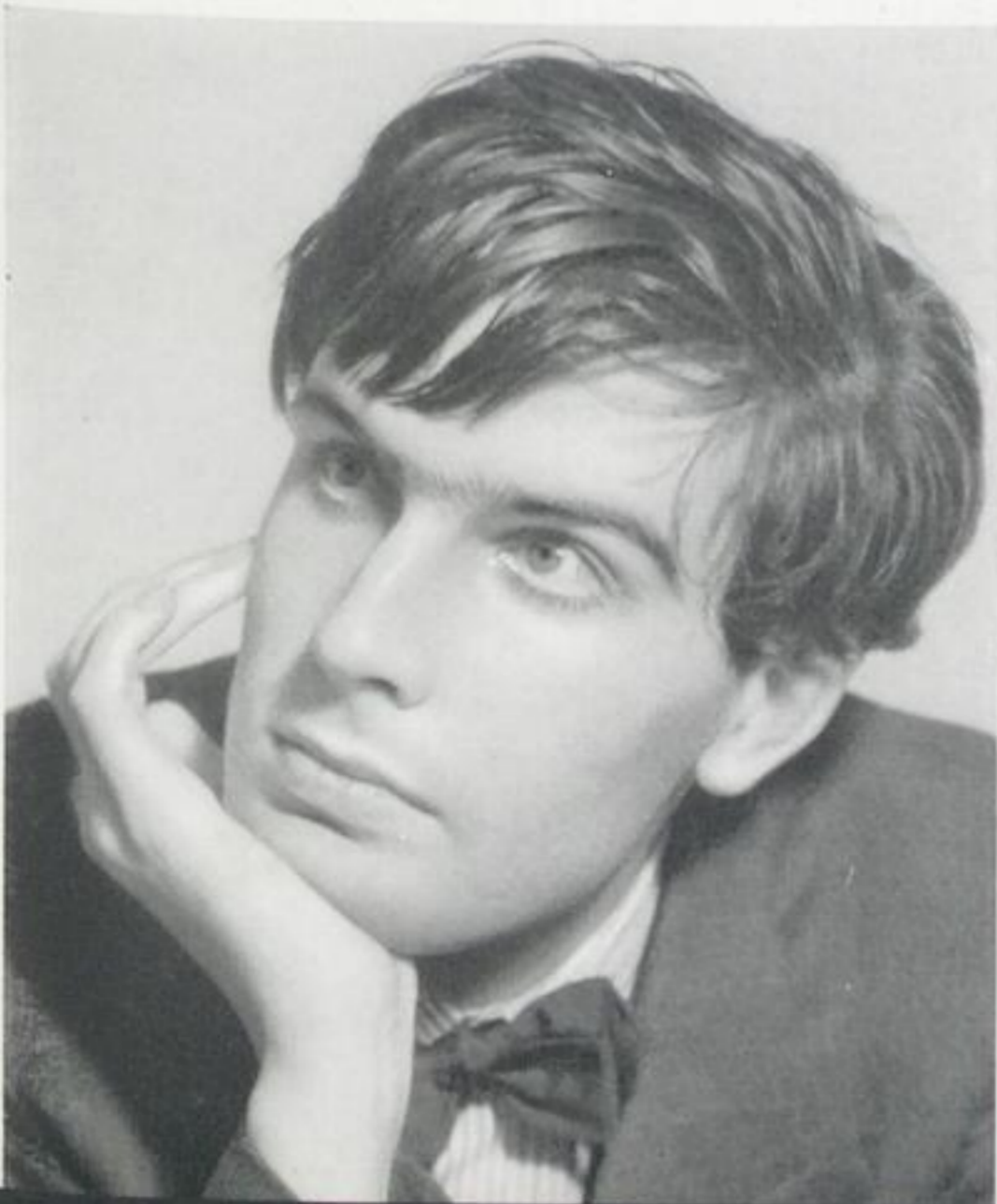


Die vielbeschäftigten aktuellen Bildberichter und Redaktionsfotografen, die bei großen internationalen Magazinen beschäftigt sind, können ihre Aufnahmen nicht selbst ausarbeiten und nachträglich im Labor oder durch Retuschen Verbesserungen vornehmen. Diese Chance nimmt fast immer der «freelance», der «freie» Fotograf, wahr, wenn die Aufnahmebedingungen ungünstig waren.

Eine harmlose Gruppenaufnahme der Prinzessinnen von Preußen (46). Durch eine bestimmte Ausschnittvergrößerung wurde das charakteristische preußische Profil wieder sichtbar, das hier Prinzessin Felicitas auf merkwürdige Weise Friedrich dem Großen ähnlich macht (45).



47



Der Fotograf kann nachträglich beim Vergrößern durch härtere oder weichere Papiergradation und durch Drehen des Negativs den Ausdruck verändern. Der junge Dramatiker Matthias Braun hat hier durch härteren Druck und durch «hineingedrehte Dramatik» mehr Spannung erhalten (47).

Das Original (48) wirkt viel verträumter.

48



49

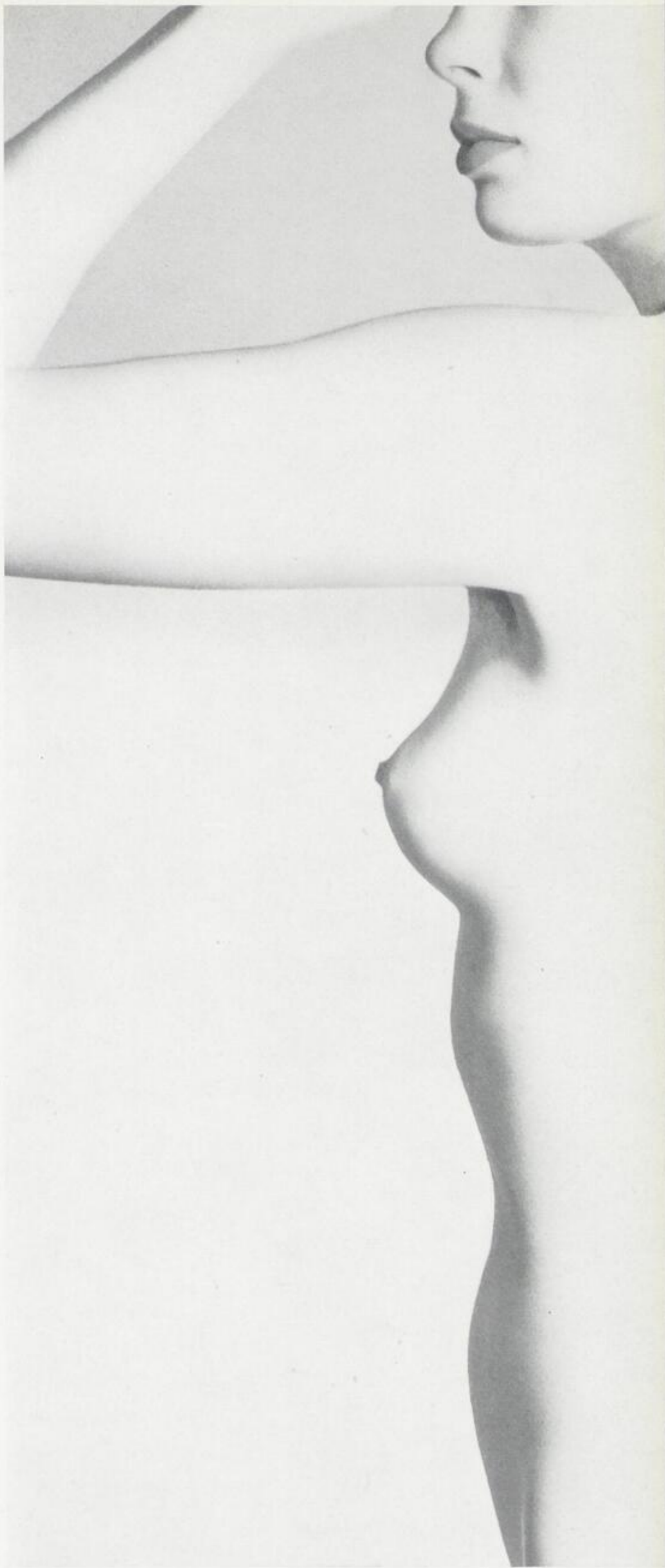
Marlene Dietrich hatte sich für die nächtliche Pressekonferenz mit «blitzenden» Reportern die Lippen im richtigen Rotton geschminkt. Diese Aufnahme (49) entstand als einzige im natürlichen Raumlicht, das wie ein hellrotes Filter wirkte und die geschminkte Lippenfarbe zu hell wiedergab. Auf dem zur Veröffentlichung bestimmten Foto mußten die Lippen nachretuschiert werden (50). Außerdem wurden einige Stellen bei der Vergrößerung zurückgehalten, um die wesentlichen Linien mehr zu betonen, und das Bild sehr hell und duftig vergrößert.



50

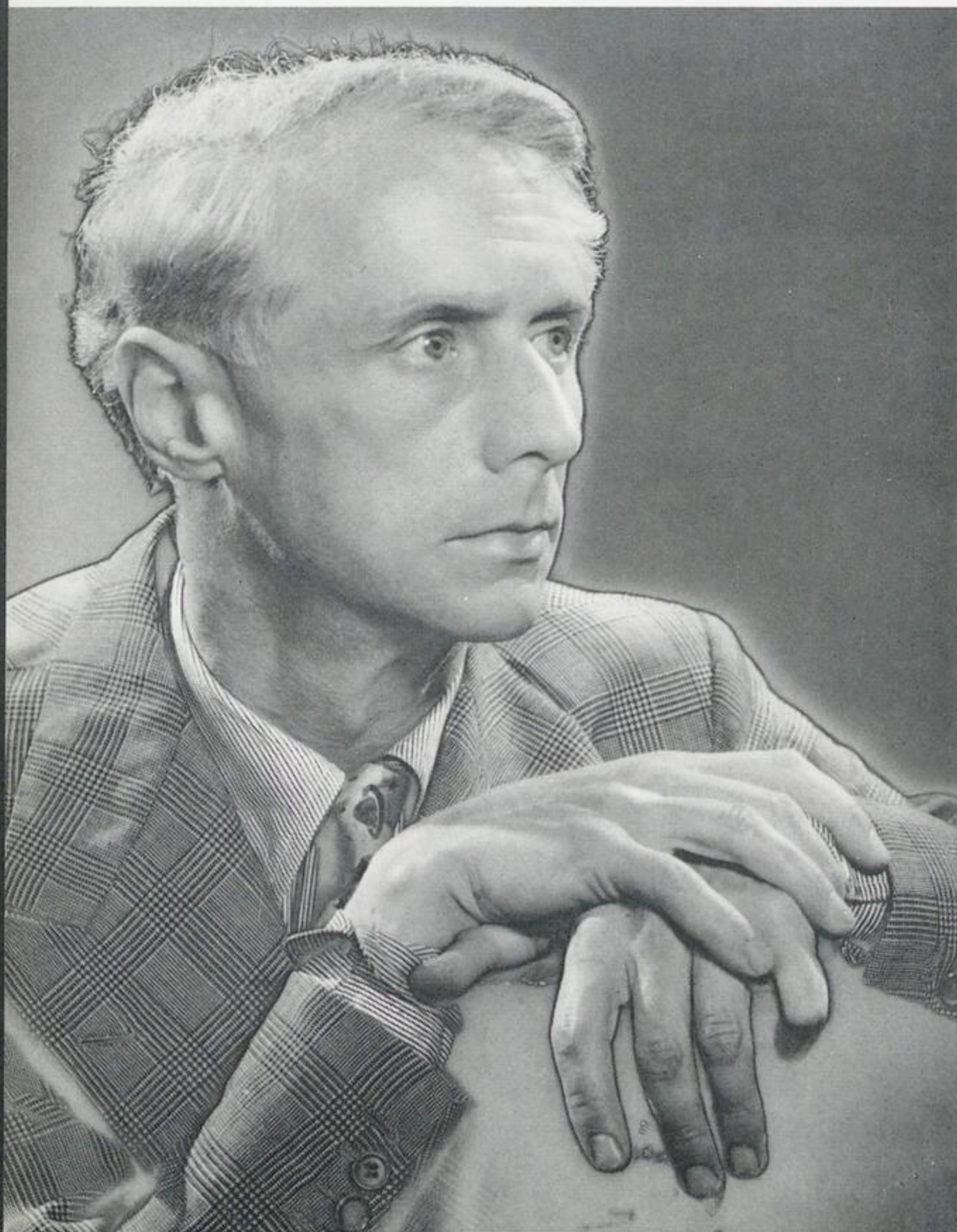
Experimente im Labor

Um die Vergrößerung eines normalen Negativs weicher oder kontrastreicher zu gestalten, gibt es eine umfangreiche Skala der verschiedensten « Gradationen », das sind Papiere, die von « weich » bis « ultra-hart » reichen. Es ist also möglich, allein aus einer Papiergradation eine fotogene Wirkung zu erzielen, wenn man wie hier alle Zwischentöne weitgehend ausschaltet.

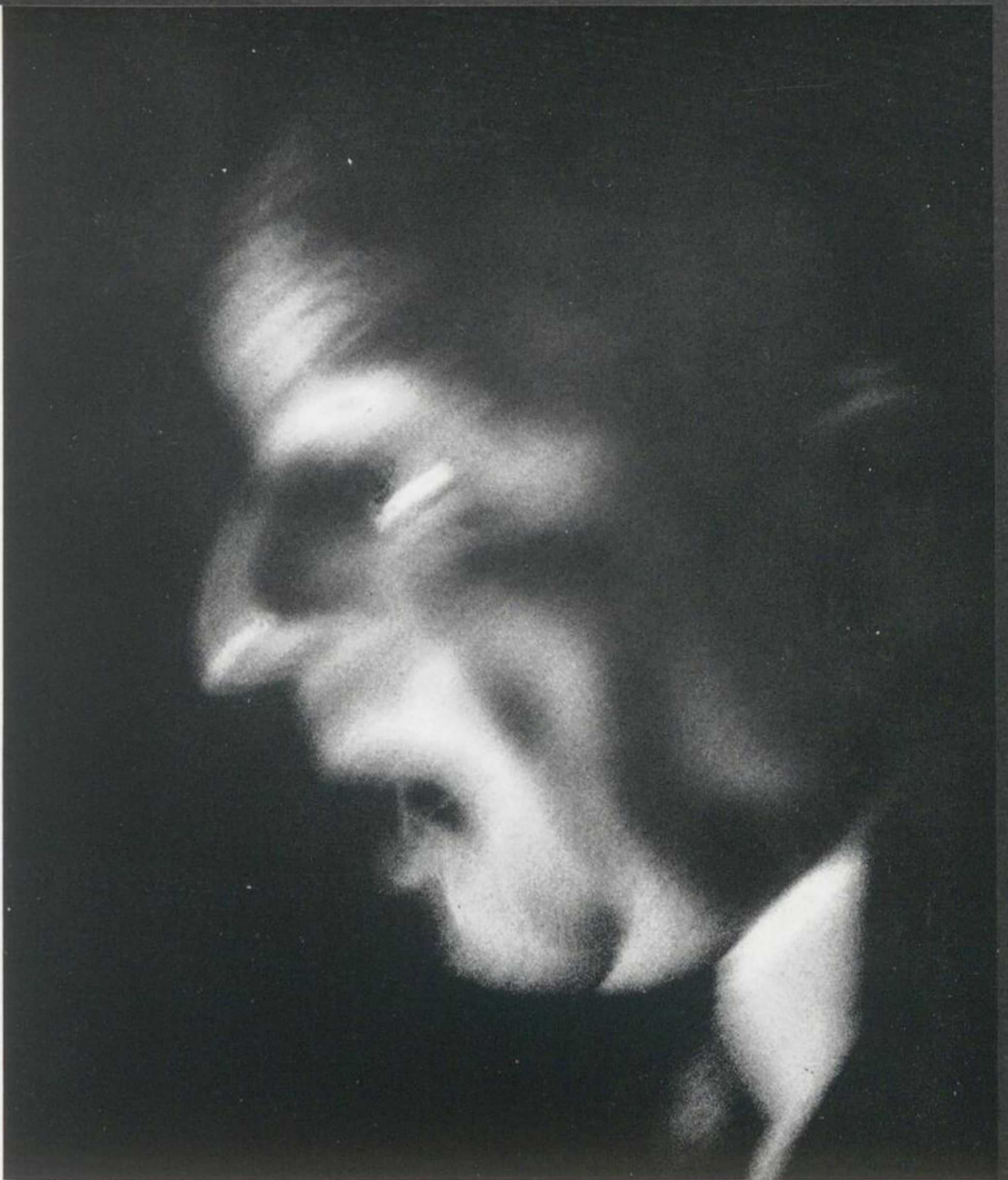


Der surrealistische Maler Max Ernst in einem experimentellen Porträt von Man Ray, Paris. Moholy Nagy und Man Ray gelten als die Väter der experimentellen Fotografie, die heute wieder etwas in Mode gekommen ist. In der Bildpublizistik spielt sie höchstens im gepflegten Feuilleton als Einzelbild oder in der Werbung eine Rolle.

Gerade die experimentelle Fotografie bietet unzählige Möglichkeiten, nachträglich im Labor noch interessante und fotogene Wirkungen aus sonst wenig fotogenen, oft völlig harmlosen Motiven herauszuholen.



53



54



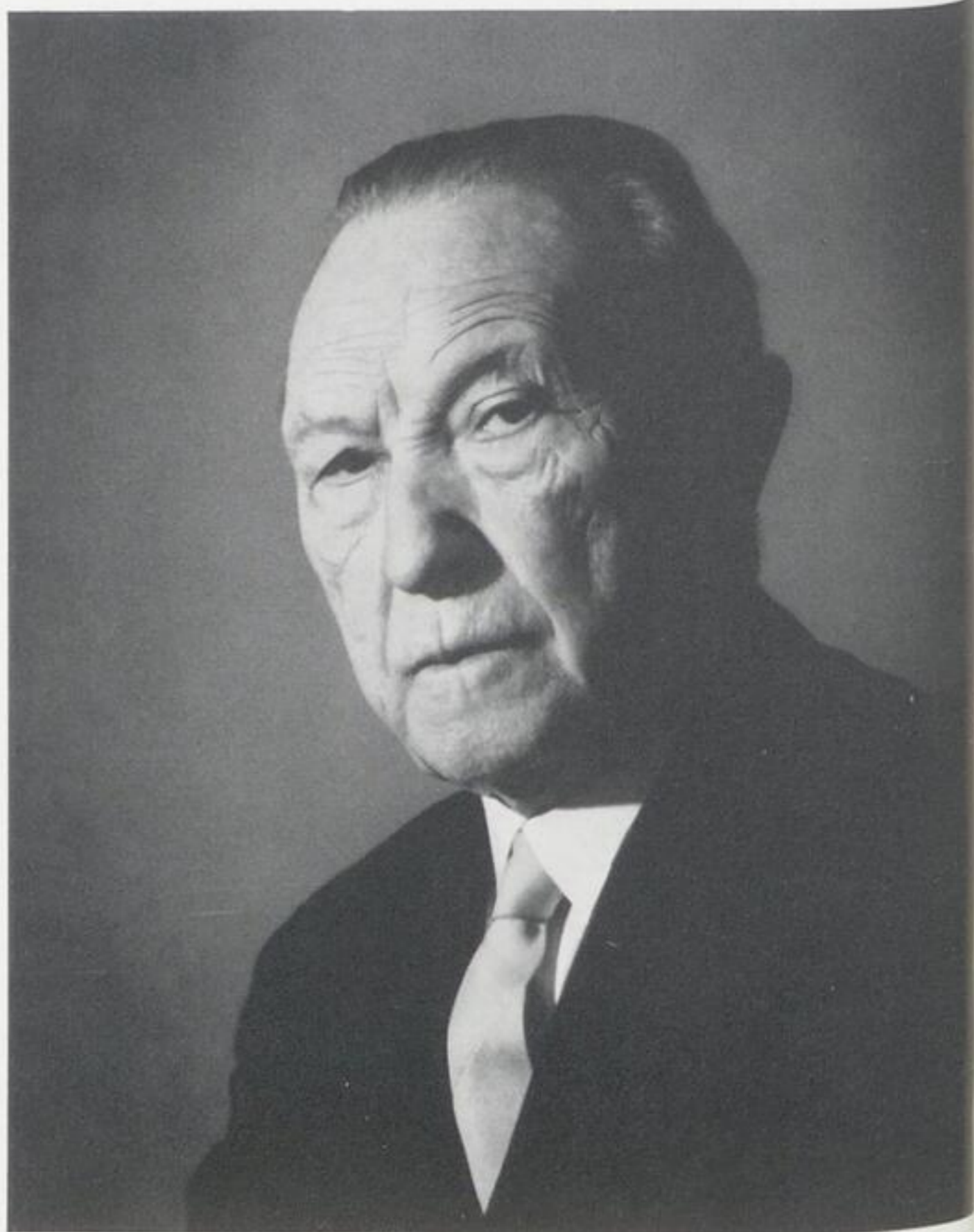
Der Komponist Ernst Křenek beim Dirigieren. Die Bewegung wurde im Labor nachträglich hineinmanipuliert.

In der Werbung werden statt der Positive gelegentlich auch Umkehrungen als Blickfänge verwendet.

*Das unverwechselbare
Gesicht*

Mancher, der plötzlich prominent geworden ist, muß sich sein Gesicht erst «besorgen».

Dr. Konrad Adenauer dagegen trägt das gleiche, von Natur aus fotogene — und durch einen Autounfall noch markant veränderte — Gesicht seit Jahrzehnten.



55



Willy Brandt hat eine interessante Entwicklung zur Fotogenität hinter sich. Der zielstrebige, sympathische «Mann von Format», als der er heute auf allen Bildern erscheint, trug noch vor wenigen Jahren eine Lockentolle, die immer etwas weich macht und den Oberkopf oft nicht scharf genug konturiert.

Foto: Schirner

56



57

Sechsmal Elisabeth Flickenschildt. Sie hat ihren Typ selbst entwickelt und arbeitet ihn, gleichgültig, ob in einer Rolle oder im Privatleben, konsequent und erfolgreich aus. Obwohl sie das Dekor schätzt und gezielt verwendet, hat sie doch wesentlich mehr getan als nur Kostüme und Szenen gewechselt.



Porträt mit weißem Pelz,
als High-Key-Bild ein-
geleuchtet (58).

Als «Bäuerin» auf ihrem
Hof in Oberbayern (59).

58



59

Als Dame in Schwarz mit Samthut (60).
Als Arkadina in Tschechows «Möwe» (61).
Als Frau John in Gerhart Hauptmanns
«Ratten» (62). Sämtliche Aufnahmen
entstanden innerhalb von fünf Jahren.

60



61 62



Künstler, besonders die bildenden, haben es leichter als Politiker, einen eigenen Typ zu kreieren. Ähnlich wie bei Bert Brecht scheinen bei dem Bildhauer Ewald Mataré Haartracht und Kleidung trotz aller Schlichtheit nur für diesen Kopf zugeschnitten zu sein.



63



Das Besondere an dem «Beethoven-Kopf» des berühmten Pianisten Edwin Fischer war der Witz, der aus den Augen und den vorgewölbten Lippen sprach.

64

Marlene Dietrich und Marilyn Monroe haben mit ihrer charakteristischen und äußerst effektvollen Körperhaltung ihren Typ geprägt. Die Monroe pflegt von oben herunter – mit keineswegs zu kleinen Augen – zu lächeln. Das wirkt keineswegs stolz oder arrogant, im Gegenteil: Sie «berieselt» ihre Betrachter sozusagen mit Charme von oben.

Foto: Warner Bros



65



Marlene Dietrich macht es umgekehrt. Sie lächelt nach oben. Sie «himmelt» in ihrem letzten Film «Zeugin der Anklage» mit einem für die gefühlsbetonten Deutschen sehr typischen Blick.

Die Haltung der Monroe verlängert den Hals, die der Dietrich nimmt etwas von ihm weg.

Foto: United Artists

66

Haltung und Selbstkontrolle

Die Tänzerin und Choreografin Tatjana Gsovsky steht hier, «sich lügend», gelöst und in harmonischer Ruhe vor der Kamera. Eine vorbildliche Haltung, die nur eine Tänzerin so spontan einnimmt.





68

Der verstorbene Filmschauspieler Gustav Diehl wußte, daß er nur *eine* fotogene Gesichtshälfte hatte. Nur diese wandte er bei Großaufnahmen der Kamera zu. Der eventuelle Partner mußte sich entsprechend placieren. So haben viele Menschen eine «Schokoladen-seite» und präsentieren sich dem Publikum möglichst von dieser.

Es gibt Menschen, die sich geradezu herausgefordert fühlen, im Augenblick, da der Kamera-
verschluss klickt, die Augenlider zu bewegen. Die Sensationspresse benutzt solche «Zwischen-
zeiten» gern für bildpolitisch bestimmte, unvoreilhaft oder komisch wirkende Schnapp-
schüsse von Prominenten. Lotte Lenja, die das natürlich weiß und nicht «geplinkert» haben
würde, wenn sie die Kamera bemerkt hätte, wurde hier ein Opfer der langen Brennweite.

69



Nasen erscheinen, von oben fotografiert, verlängert, von unten verkürzt. Maria Callas sorgt selbst für die verkürzende Perspektive, indem sie den Kopf dem Aufnahmeobjektiv ein wenig entgegenhebt.

70



71

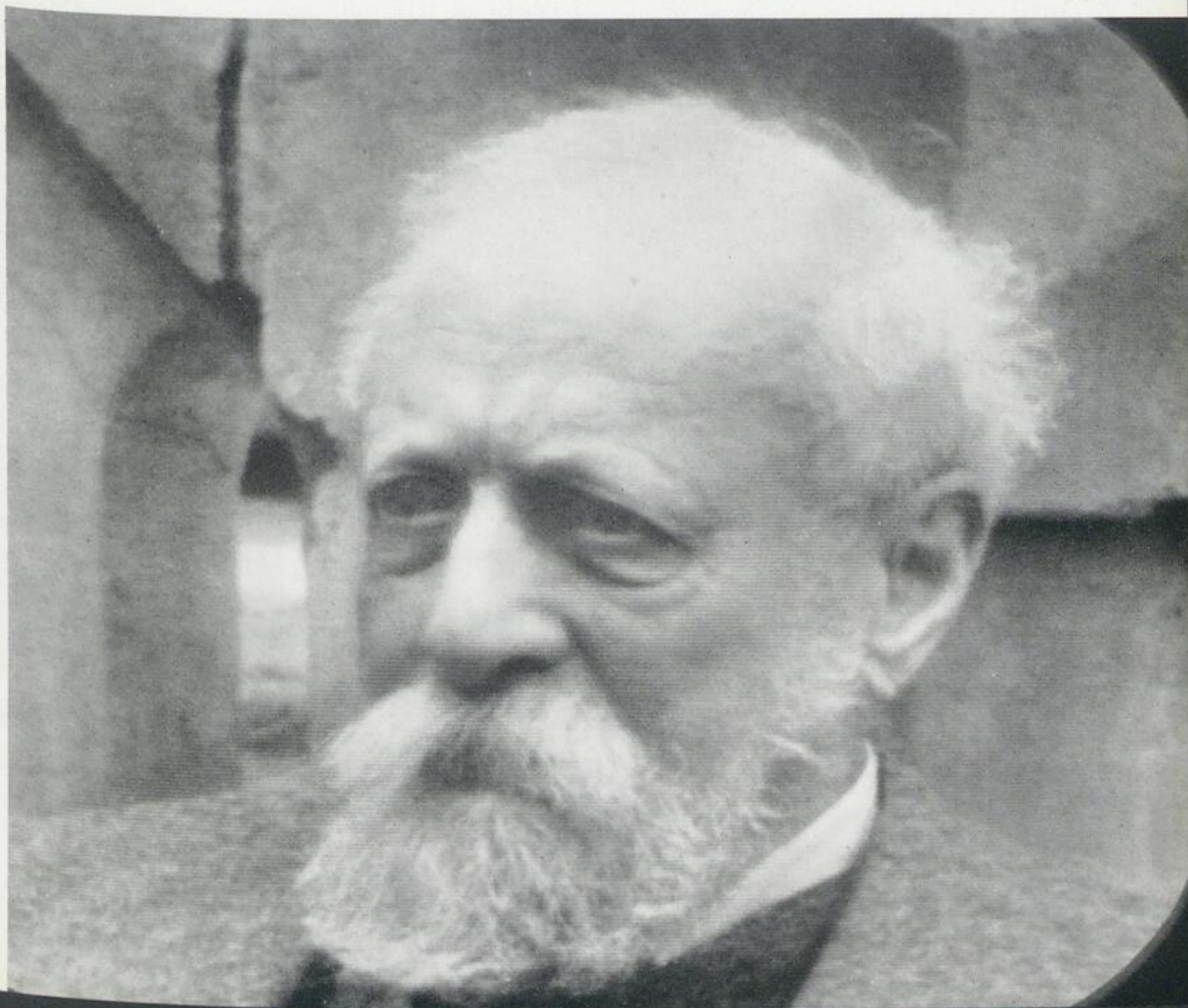


72

So sitzt der Neuling vor der Fernsehkamera (72): Er kriecht in sich zusammen und bietet nur seinen Oberkopf der Kamera dar. Bei Direktaufnahmen im Fernsehen steht der Kameramann, daher ist die Perspektive für einen Sitzenden ohnehin unvorteilhaft, weil er leicht «halslos» wirkt. Lehnte er sich auf dem Stuhl hintenüber, so könnte er eine tadellose Figur machen.

Die untere Aufnahme vom Bildschirm (73) wurde während eines Interviews in Jerusalem gemacht. Professor Martin Buber sitzt dabei vorbildlich aufgerichtet und doch locker.

73



Ausstrahlung

Ausstrahlung zu haben ist ganz und gar kein Privileg der Prominenten oder der Künstler. Die intensivste und echtste geht oft von unbekanntem Menschen aus dem Volke aus. Das menschliche Modell vor der Kamera muß sich dieser Erscheinung immer bewußt sein. Diese alte Berlinerin überträgt Herzlichkeit und Wärme auf den Betrachter.



Verbitterung und Einsamkeit spricht aus diesem von Not gezeichneten Gesicht einer spanischen Bettlerin.



75



In diesem Blick über die Schulter sind Scheu und Mißtrauen zu lesen, und man spürt, daß die Skepsis des kleinen Mädchens nicht nur der Kamera gilt, sondern seiner ganzen Umwelt.

76



77

Jeder Kinobesucher weiß, daß farbige Darsteller natürliche Sinnlichkeit überzeugender aussenden als viele weiße Stars mit ihrem manipulierten Sex-Appeal (77).

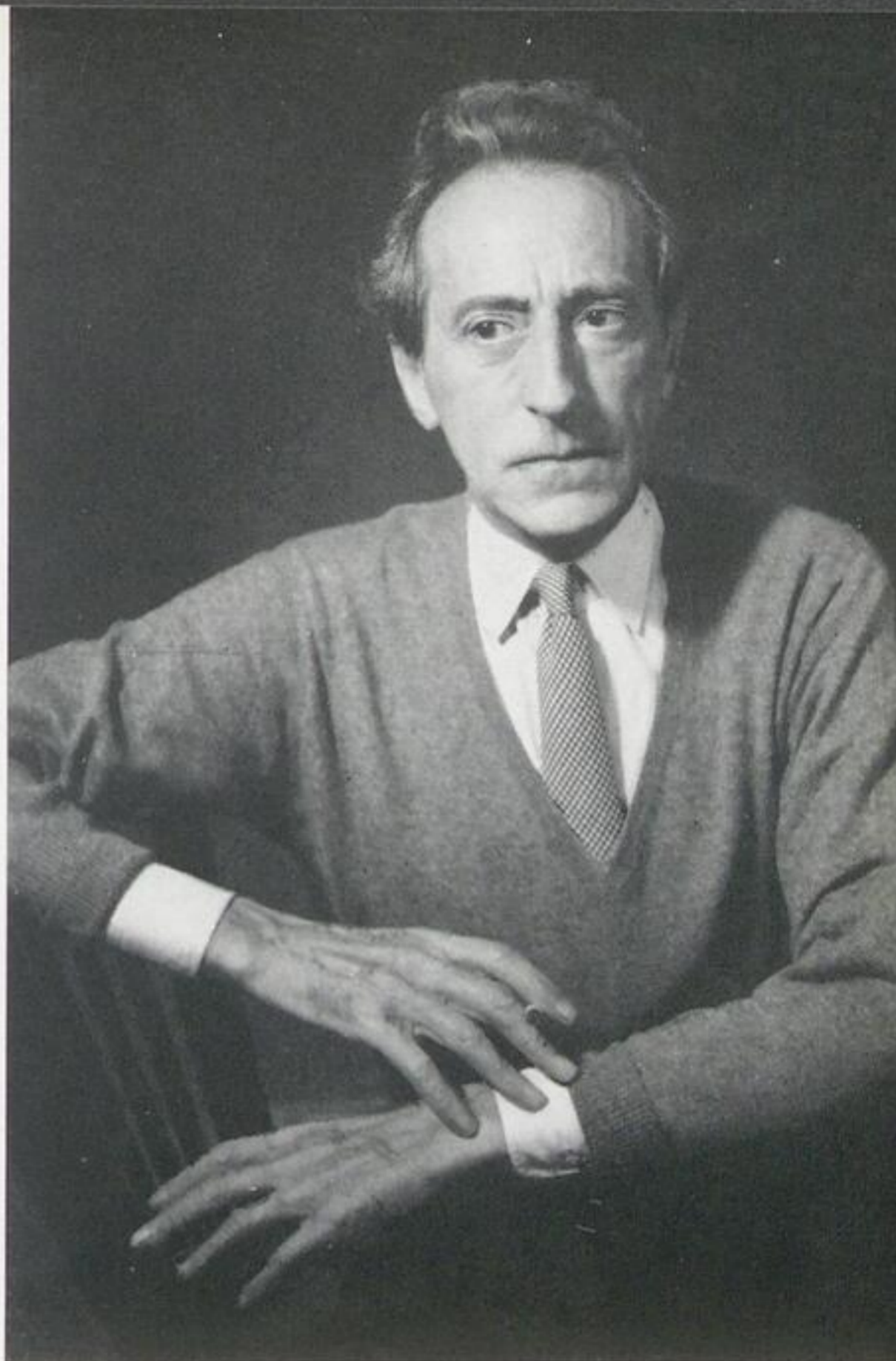
Von Marianne Hoppe (78) geht etwas aus, was mit «Würde und Klarheit» nur unvollständig bezeichnet wäre. Wo so viele Einzelwerte zusammen ausgesendet werden, spricht man vielleicht am treffendsten von «innerer Sammlung».



78

Bei Jean Cocteau strahlen besonders stark – und nicht nur auf diesem Foto – auch die Hände aus. Seine scharf profilierten Züge und seine auffällige «Dünnhäutigkeit», das Zeichen von großer Sensibilität, schaffen um ihn eine Atmosphäre von künstlerischer und intellektueller Spannung.

79



Man kann Friedelind Wagner schon an der berühmten Wagner-Nase erkennen. Ihre Unabhängigkeit, aber auch ihre Entschlossenheit, sich aktiv für alles einzusetzen, was ihr wichtig erscheint, wirken entwaffnend auf den Betrachter. Aber passive Gemüter fürchten meist die fast «besitzergreifend» wirkende Ausstrahlung derart starker Frauenpersönlichkeiten.

80



*Erlernbarer
Gesichtsausdruck*

Es ist ziemlich einfach, in einem Konzert oder auch nur vor dem Radiogerät mit einem Schnappschuß einen «Zuhörenden» aufzunehmen. Wird demselben Modell aber gesagt, man wolle den Ausdruck des Zuhörens an ihm fotografieren, wird er ihn nicht mehr «parat» haben. Damit ein gestelltes Bild nicht gestellt wirkt, ist es notwendig, den gewünschten Ausdruck glaubwürdig zu «erzeugen.»

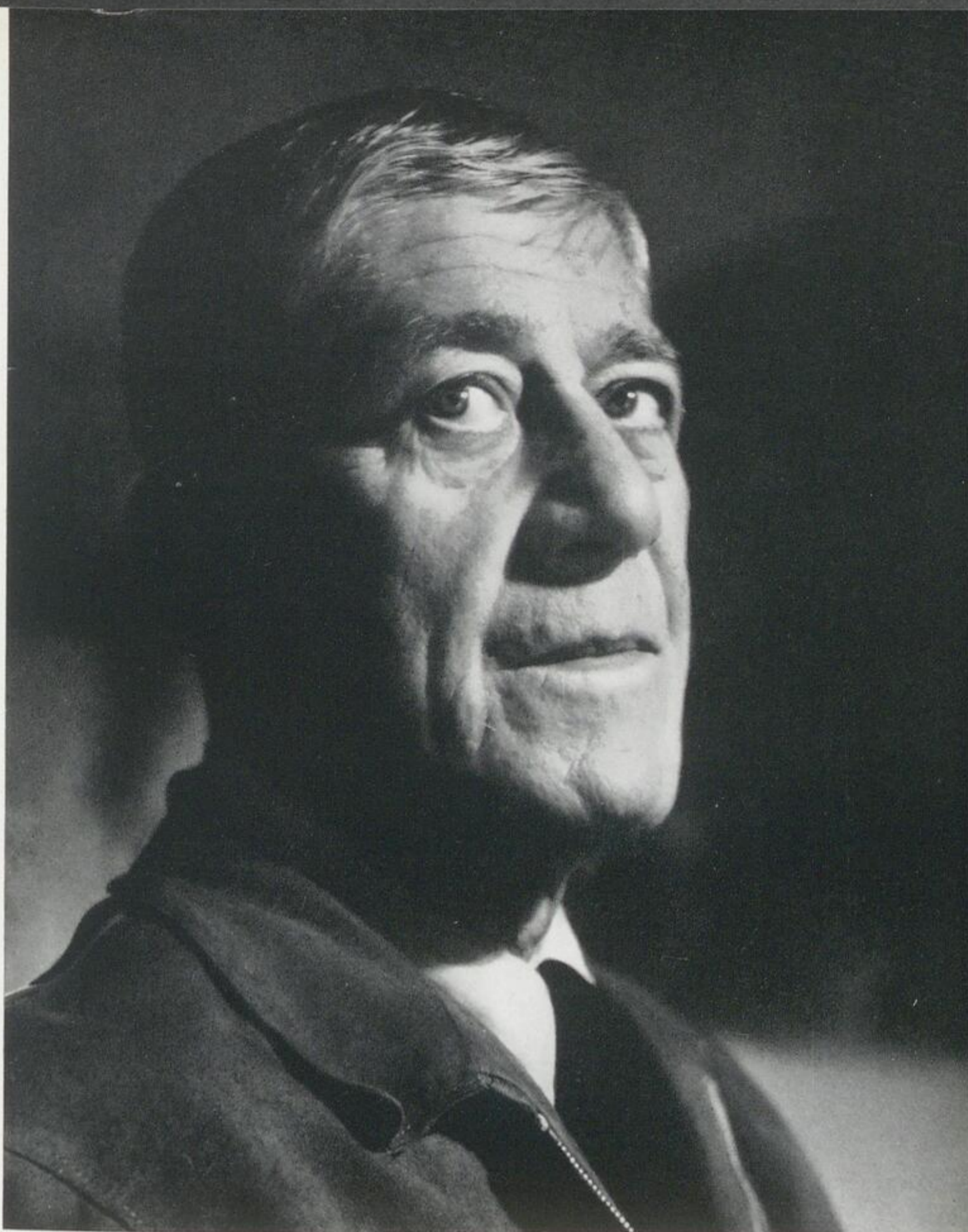
Carl Orff hörte bei dieser Aufnahme (81) keine Musik, aber Kopfhaltung und Gesichtsausdruck könnten trotzdem ein Symbol für «Hören» sein.

81



Der Regisseur Günter Rennert konzentriert sich hier scheinbar völlig unbeobachtet auf den Text in seiner Hand und demonstriert dabei den Ausdruck angespannter geistiger Beschäftigung (82).

82



83

Den Bildbetrachter «ansehen» ist das Schwerste, was man von einem Modell verlangen kann. Ein Maler, der so viele Porträts geschaffen hat wie Oskar Kokoschka, weiß aber genau, wie das «Ansehen» aussehen soll. Der Betrachter muß sich mit innerer — nicht neugieriger — Beteiligung angesehen, das heißt, angesprochen fühlen.

Das richtige Spiegeln

Diese Innenarchitektin sucht vor dem Spiegel die geeignete Kleidung für eine Fernseh-Livesendung, in der sie Wohnungseinrichtungen vorführen soll. Sie wird dabei auf eine Leiter zu klettern haben und auch sonst in ganzer Figur zu sehen sein. Also kommt das gut sitzende, für Klettereien aber ungeeignete strenge Kostüm (84) nicht in Frage. Sportlicher Pulli und kariertes Rock bieten angenehme Bewegungsfreiheit, machen die Figur jedoch zu hüftbetont (85). Auch der Faltenrock macht, wie die Silhouette zeigt, zu «mächtig» (86). Sie entschließt sich zu einem gerade geschnittenen, weichen Jerseykleid (87), über dem sie später eine helle, offene Strickjacke tragen wird. So wird sie auf dem Bildschirm eine «gelängte» Figur von durchgehender dunkler Linie haben und sich auch bequem bewegen können. So klar soll der Figurenspiegel mit Seitenlicht die Silhouette spiegeln und genügend Raum um die Figur herum lassen.

84



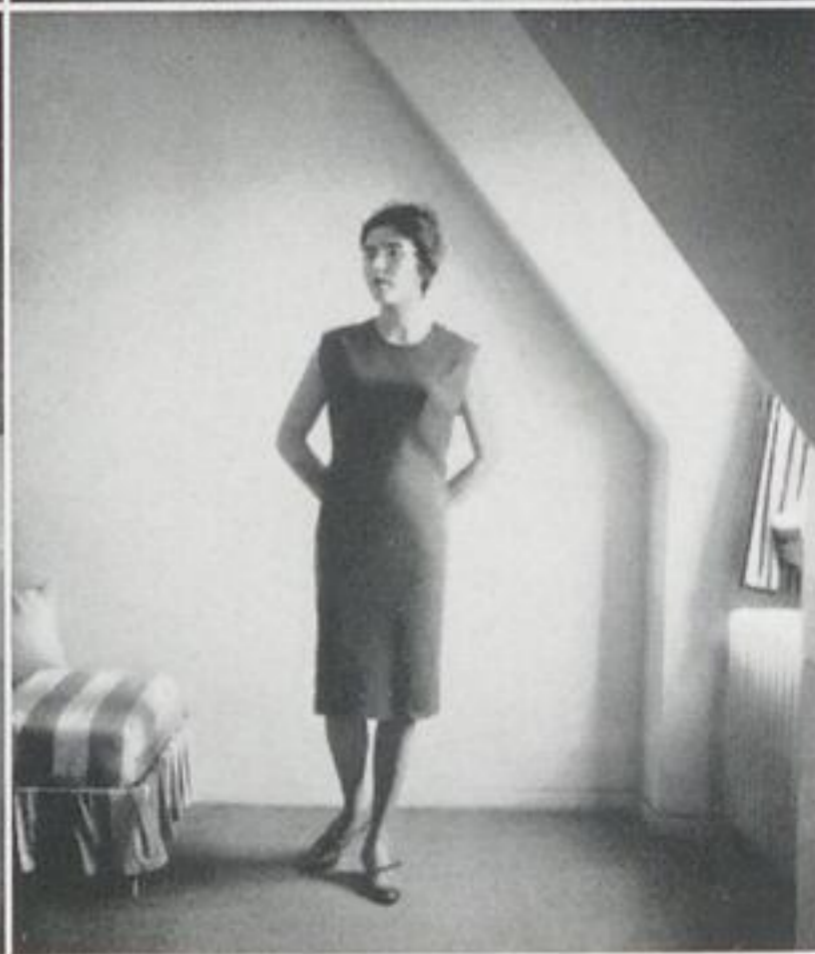
85



86



87



88



89

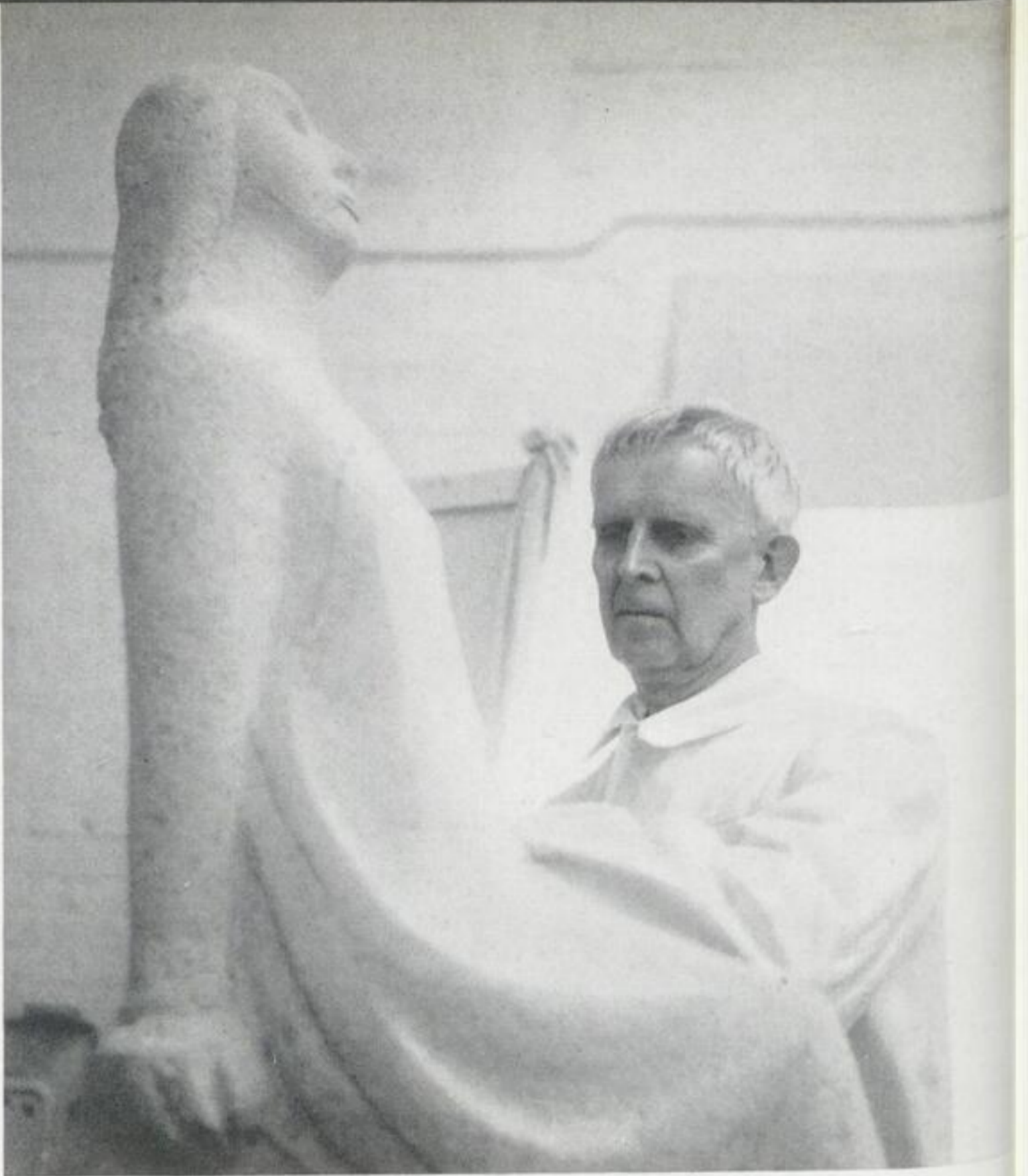


Kontrolle der Lippen im Toiletten- oder Schminkspiegel.

Bild 88 zeigt, wie leicht die Lippen schief geschminkt werden, wenn die Lampe die Lippen nicht genau von oben beleuchtet. Die Lippen wirken auch nicht gleich breit.

Sie sind es aber, wie Bild 89 zeigt. Man muß das Make-up, besonders aber die Lippenform, wegen der verschiedenen Kamerastandpunkte auch aus verschiedenen Ebenen kontrollieren.

DER MANN
VOR DER KAMERA



90



Je schlichter die Kleidung ist, desto eindringlicher kommt das menschliche Gesicht zur Geltung. Dieser Eindruck verstärkt sich noch, wenn die Farbe des Anzugs im Hintergrund wiederholt wird. Der weiße Arbeitskittel, der schwarze Talar des Richters oder das Priestergewand sind daher sehr fotogen.

Gerhard Marcks (90), Pater Leppich (91).

91

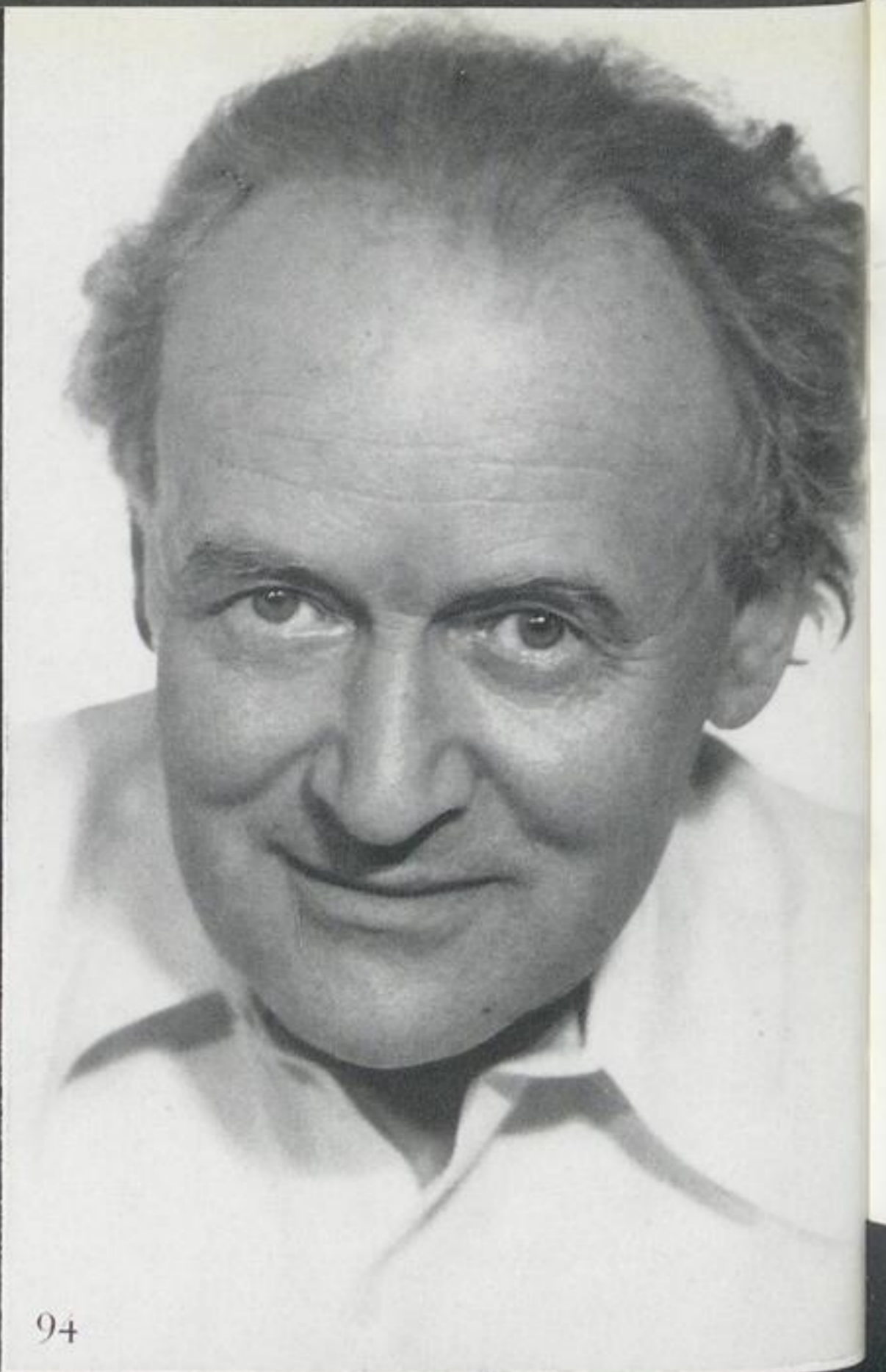


92

Prof. Hans Schwippert als Architekt kennt genau die richtigen Relationen von Frisur, Gesicht, Figur und Kleidung. Sein Äußeres ist so sicher «ausgewogen», daß er sich unbefangen in seinem hellen Korridor fotografieren lassen kann.



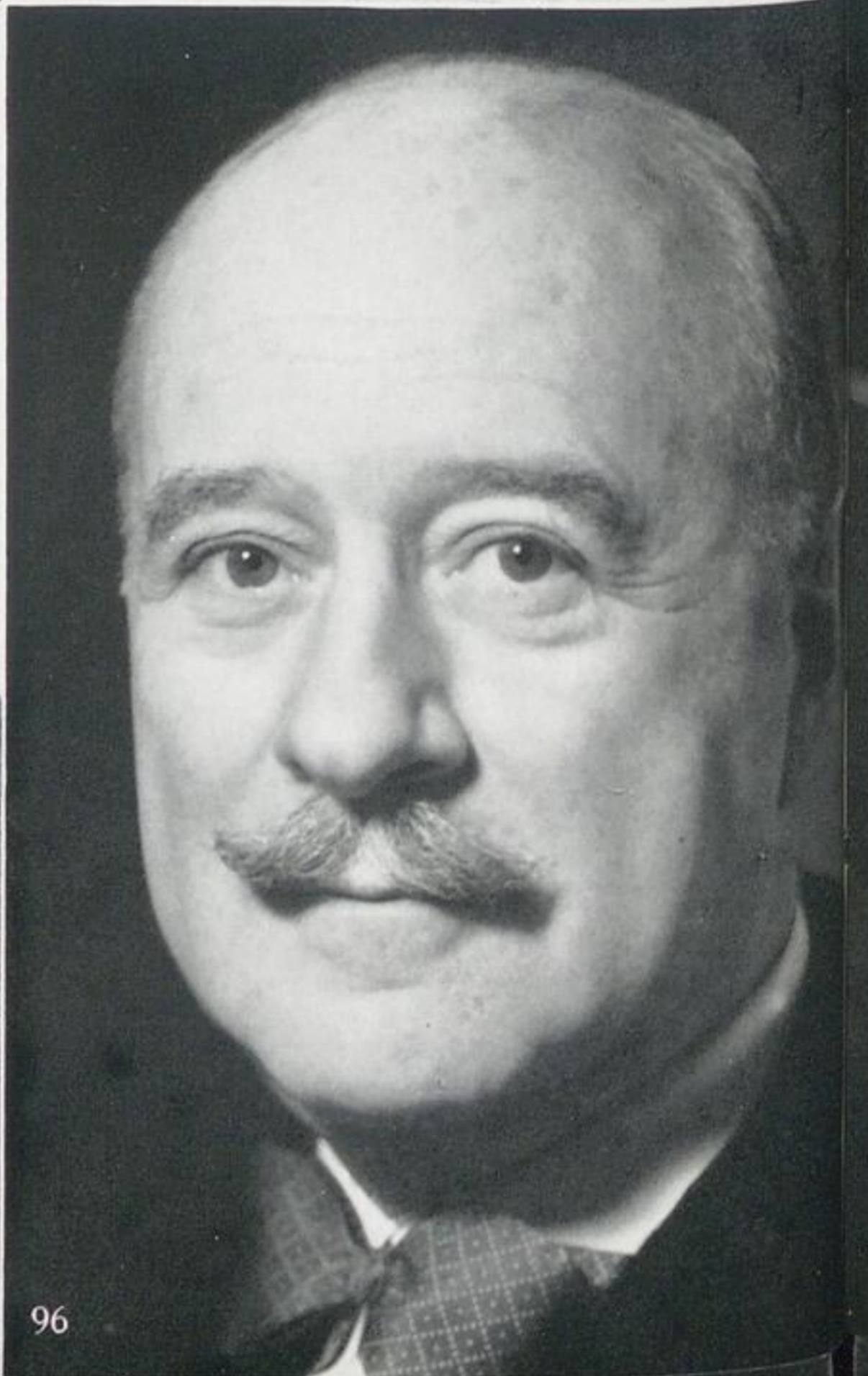
93



94



95



96

Der englische Komponist Benjamin Britten fühlt sich am wohlsten im grobgestrickten Rollkragenpullover. Das tiefe Schwarz des Fracks, den er bei Konzerten tragen muß, versinkt hier angenehm auf dunklem Hintergrund (93). – Wenn die Krawatte fehlt, beginnt die Gemütlichkeit. Das offene weiße Hemd deutet bei dem Fotografen Walter Hege schon auf künstlerische Tätigkeit und praktischen Sinn (94). – Der Stadtplaner Professor Friedrich Tamms muß stets korrekt und oft energisch auftreten. Glencheck fotografiert sich zwar etwas spröde, charakterisiert aber ganz gut alle technischen Berufe (95). – Bärte bleiben dem Betrachter besser in Erinnerung als Gesichter «ohne besondere Kennzeichen». Der frühere französische Botschafter François-Poncet wiederholt die Bartlinie noch einmal in der «Fliege». Querbinder wirken heiterer als Krawatten, doch auch pointierter (96). – Der Kostümbildner Kurt Palm mit einer persönlich wirkenden, sehr fotogenen Mütze. Man sieht hier übrigens am Kinn ganz genau, wie sehr das weiße Hemd reflektiert (97).

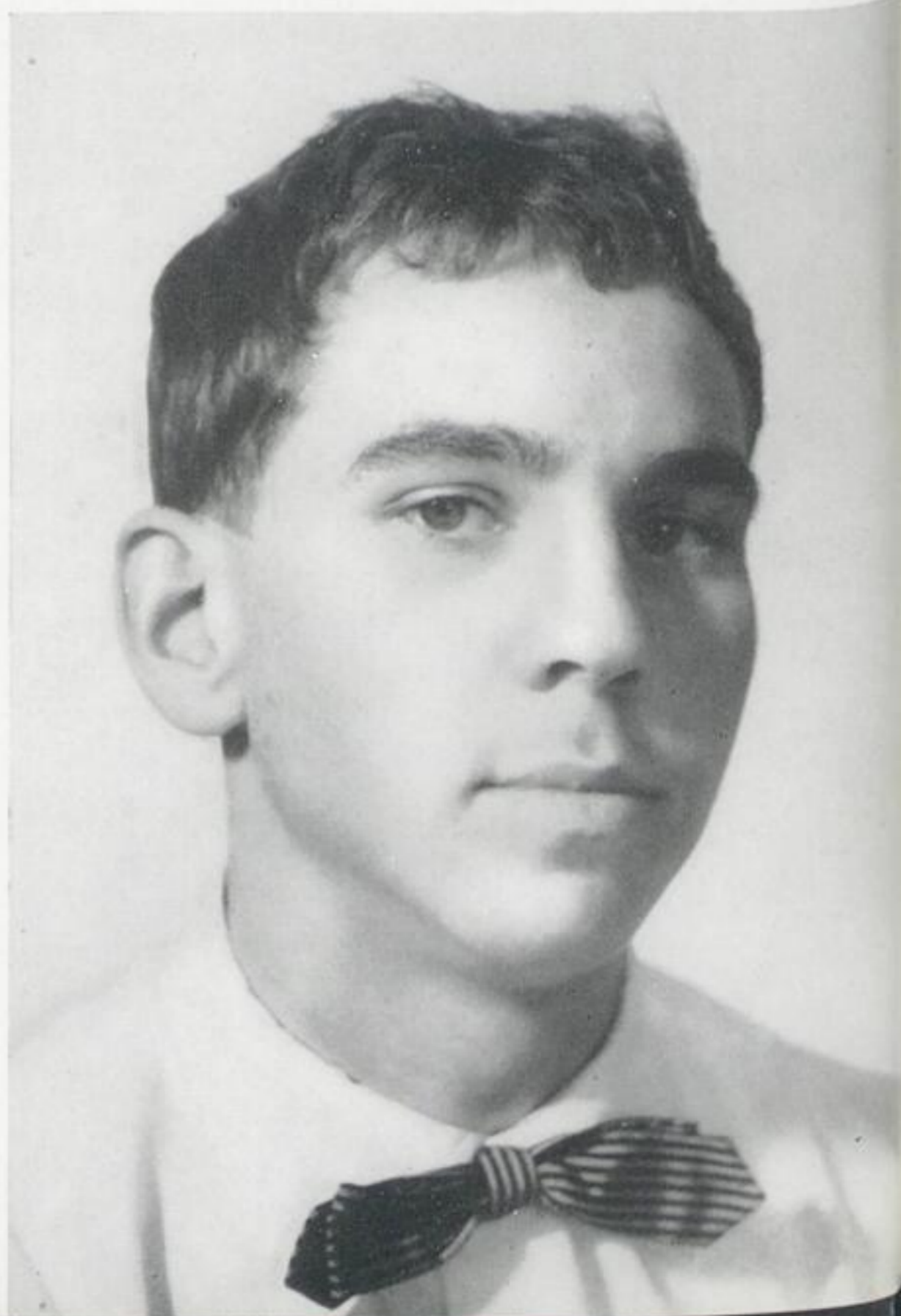




98

Frisuren wirken sich bei Frauen wie bei Männern meist typprÄgend aus. Daß sich aber in Frisuren auch verschiedene Weltanschauungen ausdrÄcken können, wird an diesem Beispiel deutlich. Derselbe junge Mann vor und nach dem Besuch bei einem westdeutschen Grostadtfrisr.

99



Diese tadellose Frisur unterstreicht den Eindruck von Korrektheit bei Bundesminister Dr. Schröder zu sehr. Die Masse der Wähler liebt mehr den weniger deutlich gepflegten Politiker. «Kerle» haben es bei der Wahlpropaganda heute leichter als «Herren».

100

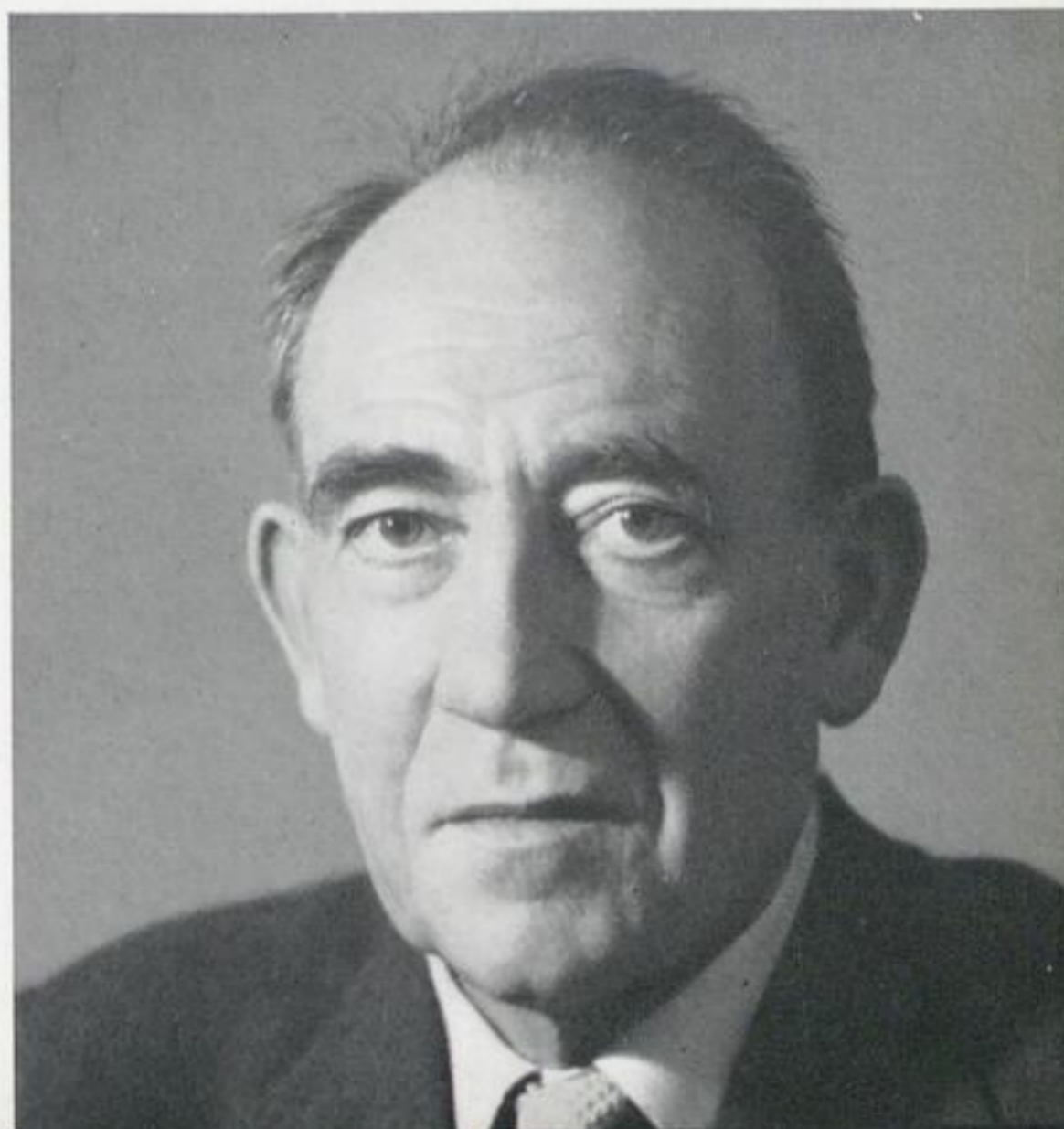


Die Herrenfrisur, die am sichersten Profil macht, ist noch immer die zu Unrecht so geschmähte Glatze. Der Komponist Paul Hindemith, von kleiner, federnder Figur, setzt in seinem weißen, runden Kopf die einprägsame Profillinie fort.

101

Mathias Wieman möchte um alles in der Welt nicht glatt und überkorrekt erscheinen. Darum trägt er privat diese struppige Frisur.

102



DIE FRAU VOR DER KAMERA



103

Ingrid Bergman und Tochter Jennie Ann. Wir sehen die langgliedrige Statur der Mutter in der Tochter bis zur Zehenspitze wiederkehren. Doch Ingrids Aufmachung ist viel gekonnter. Es sieht aus, als hätte sie schmalere Hüften, längere Beine, ja eine auffällig bessere Figur als ihre Tochter, die etwas zu fest, zu hüftenbreit, mit einem dunklen Gürtel die Taille durchschneidend, neben ihr geht. Die diskrete, hohe Gürtellinie von Ingrid «längt» ebenso wie ihre Frisur und die gleichmäßige Breite von Schulter, Hüfte und Saum. Und «längen» ist für die Kunst, fotogen zu sein, oberstes Gesetz. Man kann es nicht besser demonstrieren als diese beiden Damen.

Foto: dpa



104

Dieses taillierte Jackenkleid ist ruhig und frei von Paspeln und Abnähern, dennoch sind solche «Beton»-Kostüme für die Fotografie gefährlich. Ober- oder Seitenlicht (bei Fernsehen, Film, Bühne) legt leicht auch über eine tadellose Figur unvorteilhafte Falten (104).

Deshalb müssen taillierte Kleider von ersten Schneidern etwas locker gearbeitet sein. Auf der Fotografie stören die straffen, winzigen Querfalten, die man sonst gar nicht bemerkt. Mademoiselle Geneviève François-Poncet (105).



105



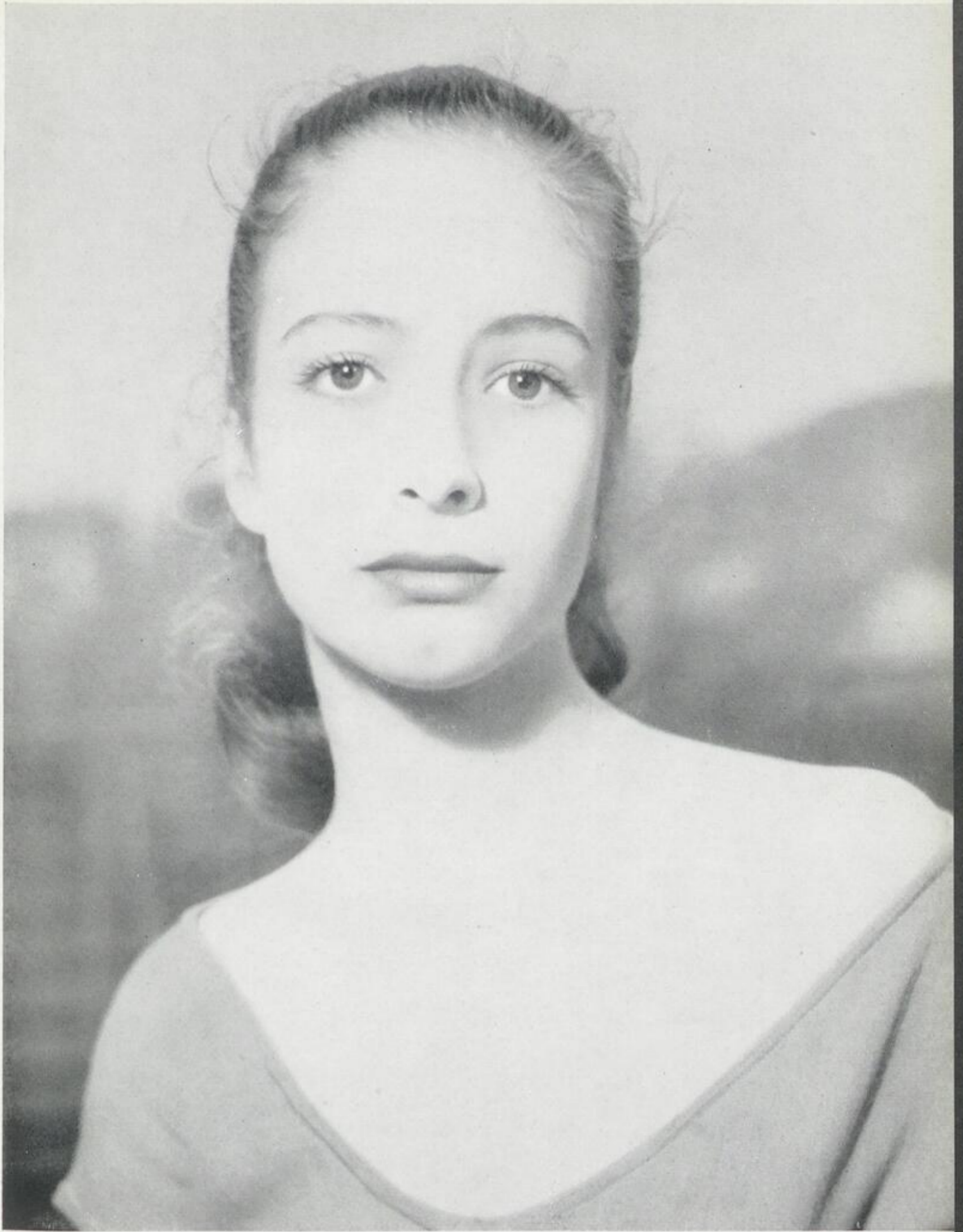
106

Es gibt starre Kleiderstoffe, die sonst recht attraktiv sind, sich aber im Blitzlicht der Pressekamera regelrecht schlecht benehmen (106). Querstreifen machen wenig schlank.

Das berühmte Las-Vegas-Kleid der Marlene Dietrich (107). Der sektfarbene Chiffon hat «Fall» durch zahllose aufgenähte glitzernde Steine, die selbstverständlich erst unterhalb des Dekolletés beginnen. Die Illusion einer tadellosen Linie ist vollkommen. Die Figur wirkt fast ätherisch schmal und gelängt, aber doch weiblich.



107



108

Flanell, Jersey und alle Wollpullover fotografieren sich zuverlässig und gut. Sie legen sich der Figur an, ohne Querfalten zu werfen. Auch der schmucklos getragene, ausgeschnittene Pullover, besonders in Verbindung mit einer ebenso schlichten Frisur, verschönt fotografisch jeden Frauenkopf, ein Rezept, das auch Fürstin Gracia Patricia von Monaco anwendet. Ein solches «Understatement» in der gesamten Aufmachung einer Frau verrät mit Sicherheit einen «fotogenen Stil». (Katarina von Bülow.)



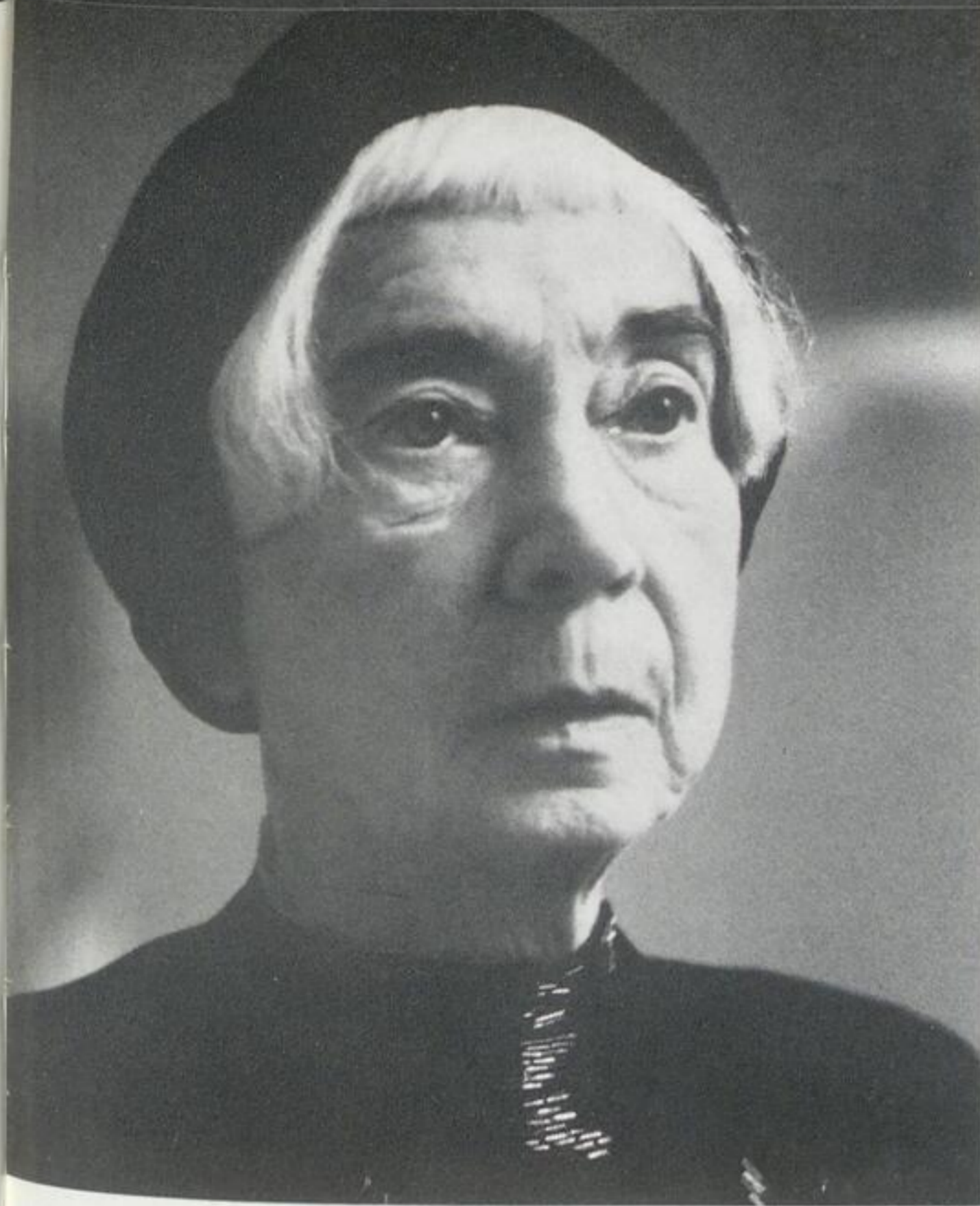
109

Maria Callas bei einer Pressekonferenz. Als Vormittagskleidung hat sie eine sportliche weiße Bluse gewählt. Als besonders kluges Modell trägt sie aber ein kleines dunkelblaues Tuch im Halsausschnitt, damit an Hals und Kinn keine Reflexe erscheinen. Sie trägt eine apart geformte Brille, denn sie weiß, daß auch eine Brille die Nase verkleinern hilft (109). Foto: Castagne

Die Schauspielerin Adelheid Seeck benutzt hier einen äußerst fotogenen Trick, der die unerfreulichen Reflexe ausschaltet, aber doch helle Kleidung erlaubt. Sie trägt einen dunkleren Pullover. Sonst ist das Umgekehrte üblich, der spitze Ausschnitt im dunklen Kostüm, der sich auf Fotografien wegen seiner Reflexe unangenehm bemerkbar macht. Bei dieser Kombination aber sind alle Risiken ausgeschaltet, und die helle, jugendliche Kleidung ist möglich (110).

110





Frau Margarete Hauptmann trug ihr Leben lang ein zeitloses Hutmodell: eine enganliegende Kappe. Sie trug sie am Vormittag, zum Tee und am Abend und war trotzdem immer «richtig» gekleidet.

111

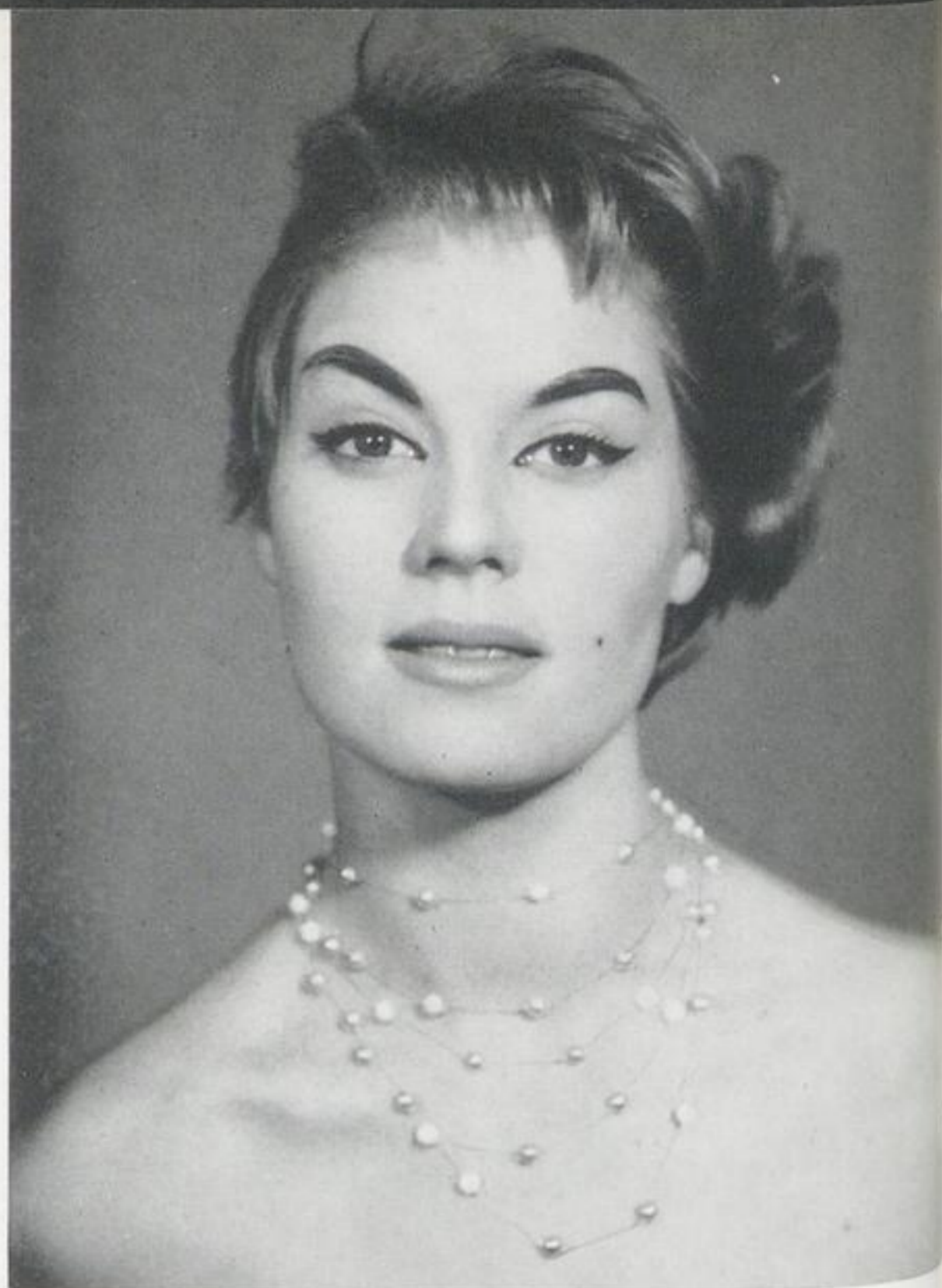
Langgliedrige Menschen sind besonders fotogen. Aber langgliedrige Menschen haben außer langen Händen auch immer lange Füße. Man kann sie dadurch aus dem Blickpunkt rücken, daß man sie nicht in Kontrast zum Hintergrund bringt, sondern die gleiche Farbe für die Schuhe wählt, die auch der Fußboden hat.

Foto: Ginsbourger

112



Modeschmuck wirkt reizvoll auf Bildern, weil er nicht steif und konventionell getragen wird. Man kann unmerklich sogar die bei Seitenlicht gefürchteten «Salzfässer» mit dünnen oder, falls die Länge des Halses das erlaubt, auch mit dickeren Kettengewirren kaschieren.



113



Sehr persönlich wirken diejenigen Schmucklösungen, die meist nur Künstlerinnen einfallen. Hier trägt eine Malerin eine zerrissene, dicke, alte Silberkette, die allerdings dem Fotografen bei dieser Form ein langes Bildformat diktiert.

114



115

Echte lange Perlenschnüre, so nonchalant um Hals und Handgelenke gewickelt, als ob es Modeschmuck wäre, wie sie hier von der Schauspielerin Ingeborg Ros getragen werden, sind sehr fotogen. Brillanten, wenn sie nicht allzu unruhig und «eigenlebig» aussehen, können fotogen sein, wenn sie raffiniert einfach wirken. Die Trägerin darf nicht allzu vordergründig von Steinen überglitzert sein. Deshalb sind alle hängenden, langen Ohrringe für Fotografien problematisch.

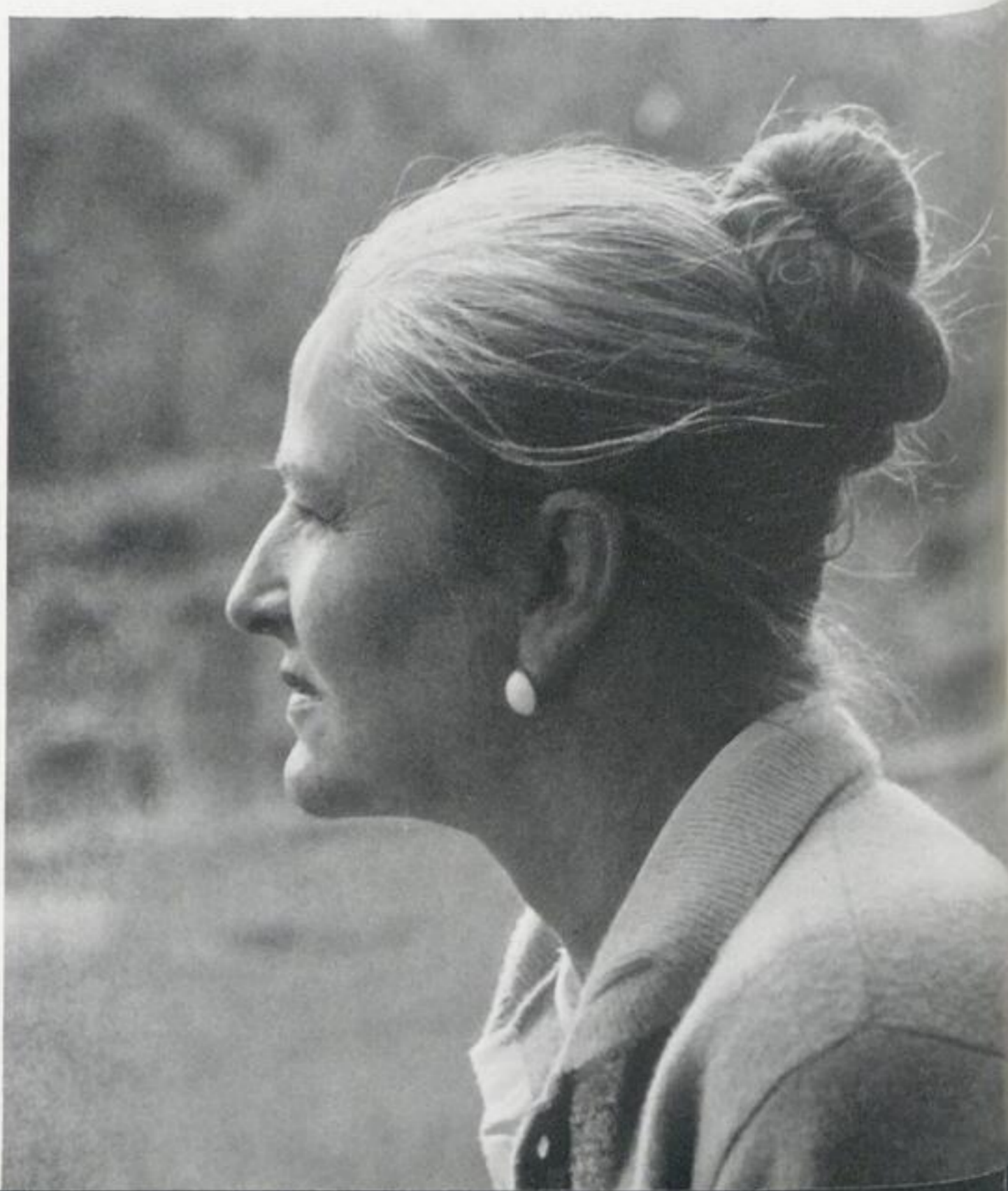


Das ist eine gut geformte Brille ohne «Eigenleben». Sie wiederholt den Augenbrauenbogen. Die Tönung des Gestells und der Gläser ist gleichfarbig und dem Ton des Haars und des Pullovers angepaßt.

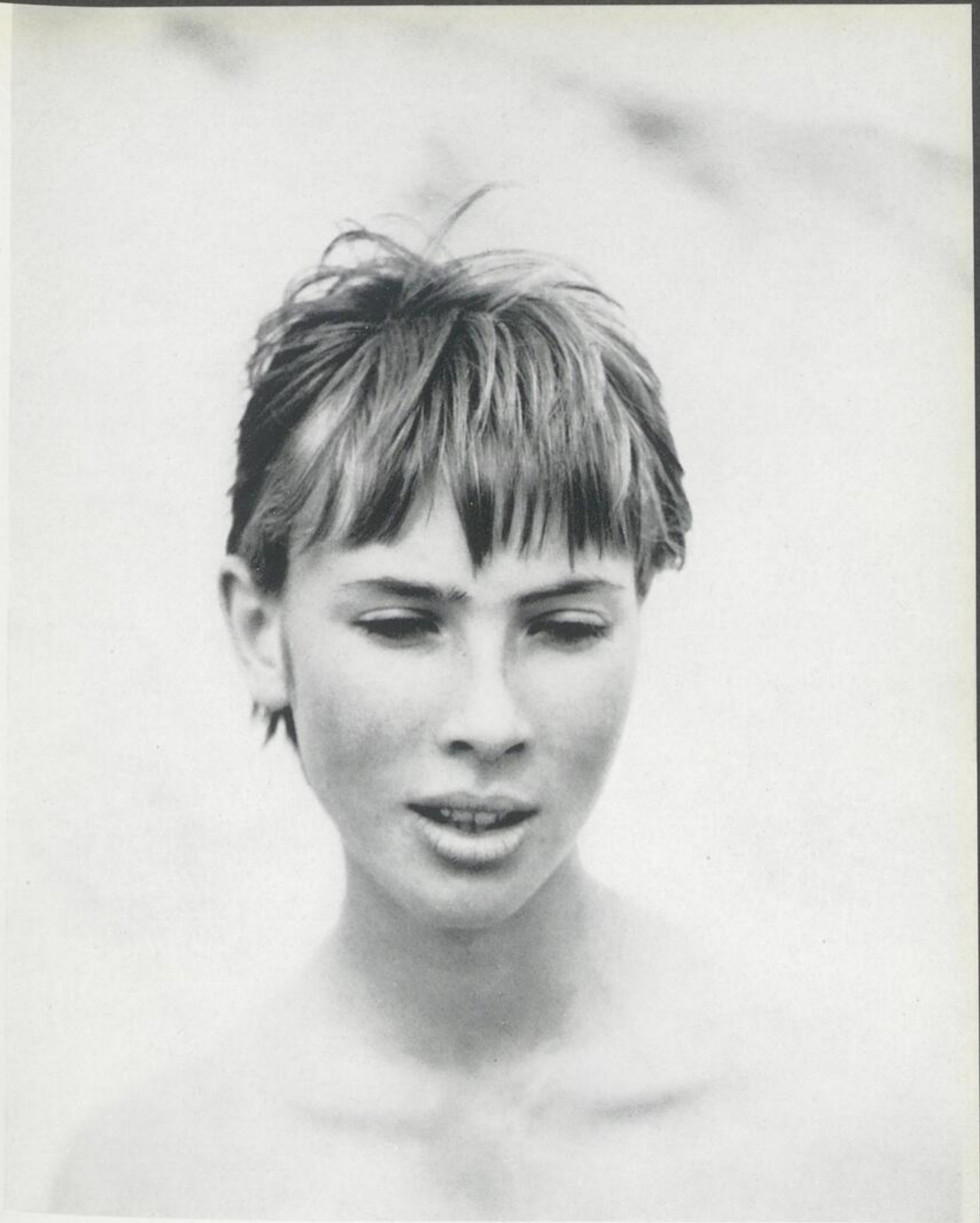
Frauen, die im öffentlichen Leben stehen, sollten niemals ihre Kleidung unabhängig von ihrer Brille wählen, wie man es so oft sieht. Sie sollten sich eine fotogene Brille anschaffen und sich in der Kleidung danach richten. Nicht umgekehrt.

116

Von besonderer Wichtigkeit für das Frauenporträt ist die Frisur. Sie muß weiblich, aber doch charakteristisch machen. Oft sieht man bei Frauen im Profil Doppelkinn und flachen Hinterkopf. Diese Frisur (117) macht eine ganz hervorragende Linie und ist zugleich äußerst fotogen und damenhaft.



117



118

Unordentliche Haare sind auch eine Frisur. Sie stehen nicht nur diesem und vielen Teenagern; sogar die große Anna Magnani trägt ihre Haare privat und in ihren Rollen ungekämmt.



Die Frisur ist immer der typprägende Rahmen für ein Gesicht. Diejenige Frisur ist die beste, die das Gesicht in seiner Eigenart unterstützt. Auf der Bühne wird der jeweilige Rollencharakter damit unterstrichen. Hier probiert die SchauspielerIn Ingrid Ernest fünf ganz verschiedene Haartrachten.

Die Frisur mit der einfachsten Linie (119) hebt Frauenschönheit am klarsten heraus. Grace Kelly wußte das schon; sie trug eine ähnliche Frisur, als sie sich durchgesetzt hatte. Davor aber mußten es «Löckchen» sein!

119

Diese Haartracht (120) ist modisch reizvoll, macht aber bei spitzen Ausschnitten leicht einen birnenförmigen Kopf, besonders dann wenn das Modell, wie beim Fernsehen oft, allzu sehr von oben fotografiert wird.



120



Blonde, lockige, offene, wehende Haare, so heißt es, sind bei der Masse der Kinobesucher und Fernseher ungemein beliebt (121). Brigitte Bardot «baute» damit ihren Typ auf.

121

Das Haar schmiegt sich enger an den Kopf, rahmt ihn schmaler ein, was einem modernen Menschen meistens besser steht als ein sehr breiter Rahmen (122).

122



Anliegende, glatte Haare sind weniger der Tagesmode unterworfen. Sie halten länger den Typ und individualisieren heute ein Gesicht gerade deshalb besonders, weil man sie nicht so oft sieht. Diese Frisur (123) ist allerdings besonders für weiche Gesichter geeignet, denn sie wirkt leicht streng.

123

Zweimal dieselbe von Natur aus fotogene Frau, einmal als nichtssagende «Konfektions-Einheitstyp» und einmal, ebenfalls mit Mitteln der Konfektion, zum «Typ» entwickelt. Das Ganze geschah am gleichen Tag. Es ist also möglich, mit den geringsten Mitteln «unverwechselbar» zu werden. An diesem Vergleich aber wird auch deutlich, wie ein Modell allein durch seine Frisur die Augenpartie nach oben oder unten rücken kann. In Bild 124 sind Augen, Nase und Mund «zusammengeschoben», dafür Stirn und Frisur zu hoch. In Bild 125 «sitzen» die Augen für diesen Typ proportional schöner, nämlich höher.





126

Dieser Kopf ist für eine Modeaufnahme, also ein ganzfigürliches Foto, zurechtgemacht und deshalb eigentlich von zu nahe aufgenommen. Die modische Schmolllippe der Bardot wirkt in dem jungen Gesicht noch reizvoll. Bei nur etwas älteren Frauen wird sie aber leicht zur «beleidigten Schippe». Dann muß man sie kürzer schminken und in der Mimik kontrollieren.

Besonders die obere Lippenbreite muß unbedingt daraufhin beobachtet werden, ob sie beim Lachen nicht die gefürchtete «Schärfe» zeigt, nämlich eine zu schmale, zu scharf wirkende Oberlippe, wenn die Kamera (z. B. beim Fernsehen) sehr von oben fotografiert.

127



Die Filmschauspielerin Sabina Sesselmann hat ihren Mund in vorbildlich persönlicher Form gezeichnet. Die nachgezogene Linie in den äußeren Augenwinkeln und die für den blonden Typ etwas zu dunklen Brauen geben diesem Gesicht eine zu den hellen Lippen hübsch kontrastierende, ganz leichte Dramatik, die aber nicht für alle Blondes geeignet ist. Düstere, dicke, eckige Augenbrauen verleihen der Trägerin manchmal geradezu eine «Teufelsgrimasse», die nicht sympathisch oder ungewollt komisch wirkt.



129



130

Zweimal die einmalige Elisabeth Bergner. Der Fotograf fand den Lippenton zu «bläulich», d. h. zu hart und scharf, und die Aufnahme wurde mit einem helleren Lippenrot gemacht. Nun wirkten die Lippen auf dem Bild zu blaß und unkonturiert. Der dunkle Ton wäre hier doch der richtige gewesen. Die Garbo und die Bergner sind mit den für sie charakteristischen etwas zu dunklen Lippen weltbekannt geworden. Ändert man den Farbton der Lippen, ändert man den ganzen Typ. Orangerot kommt sehr hell.



131

Ruth Leuwerik mit dezentem, privatem Make-up. Alles wirkt natürlich, heiter und unaufdringlich. Das ist das Make-up der Dame(131).

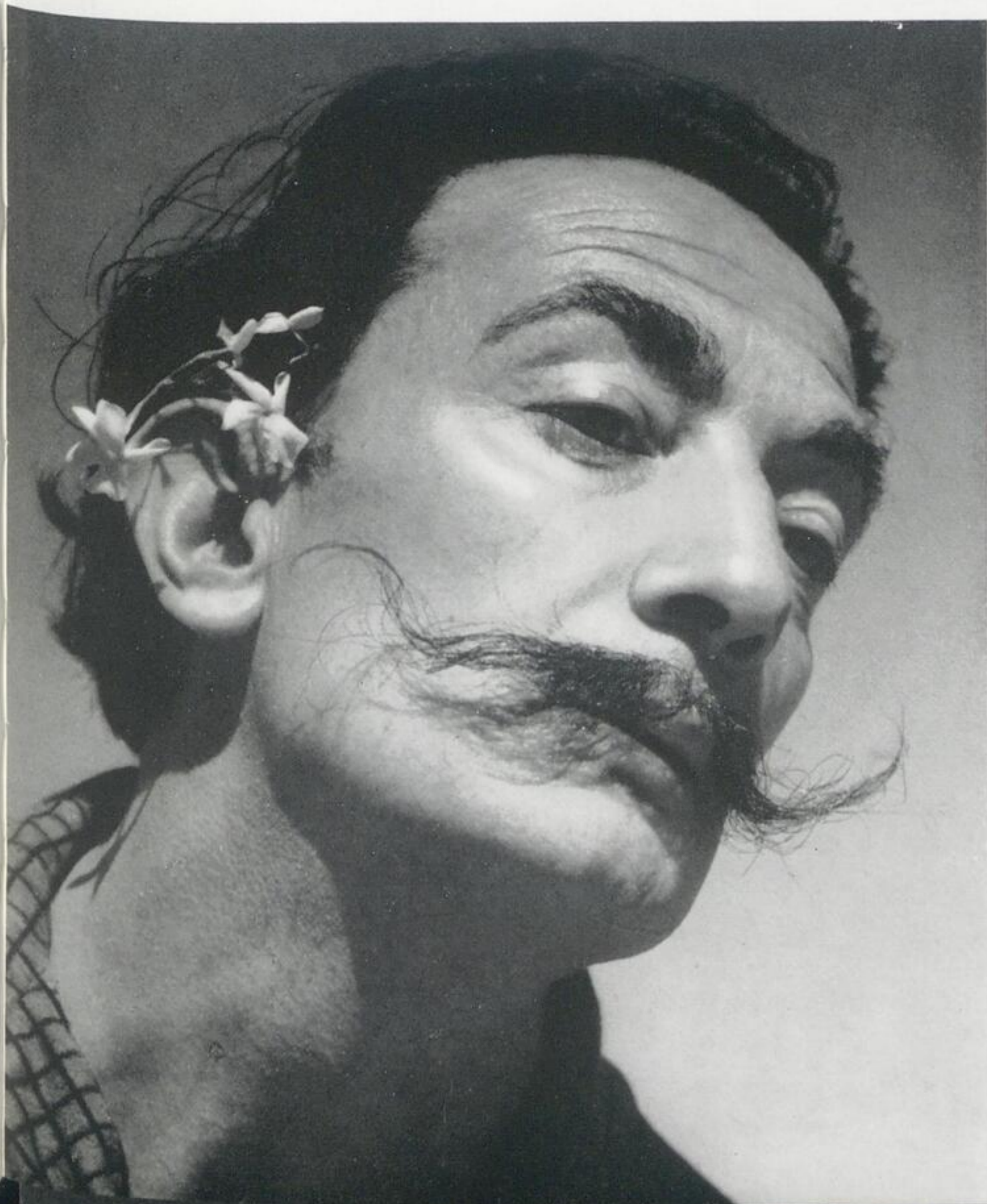


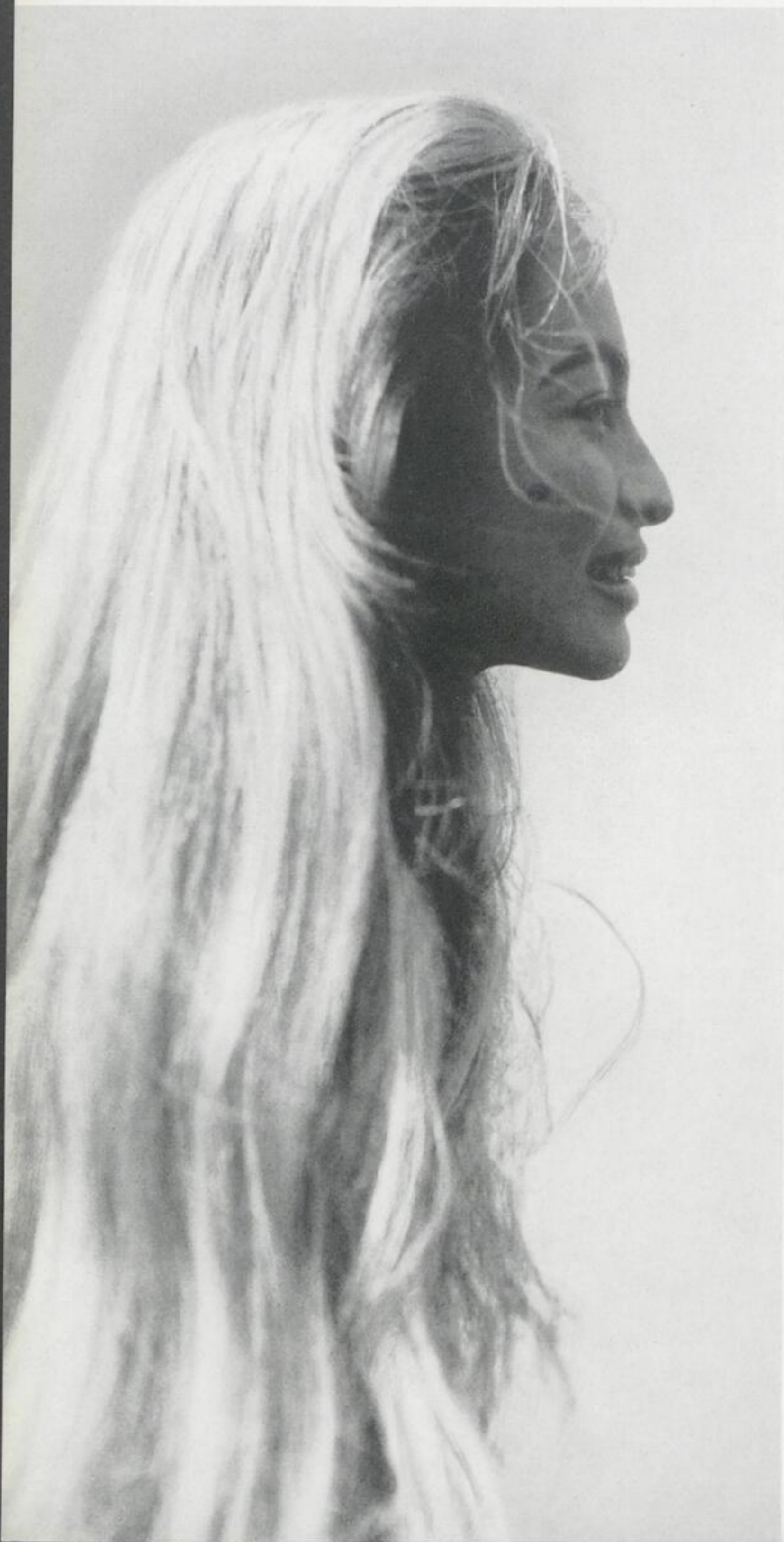
So sehen gut geschminkte, akzentuierte Augenwimpern für das Modefoto aus (132).

132

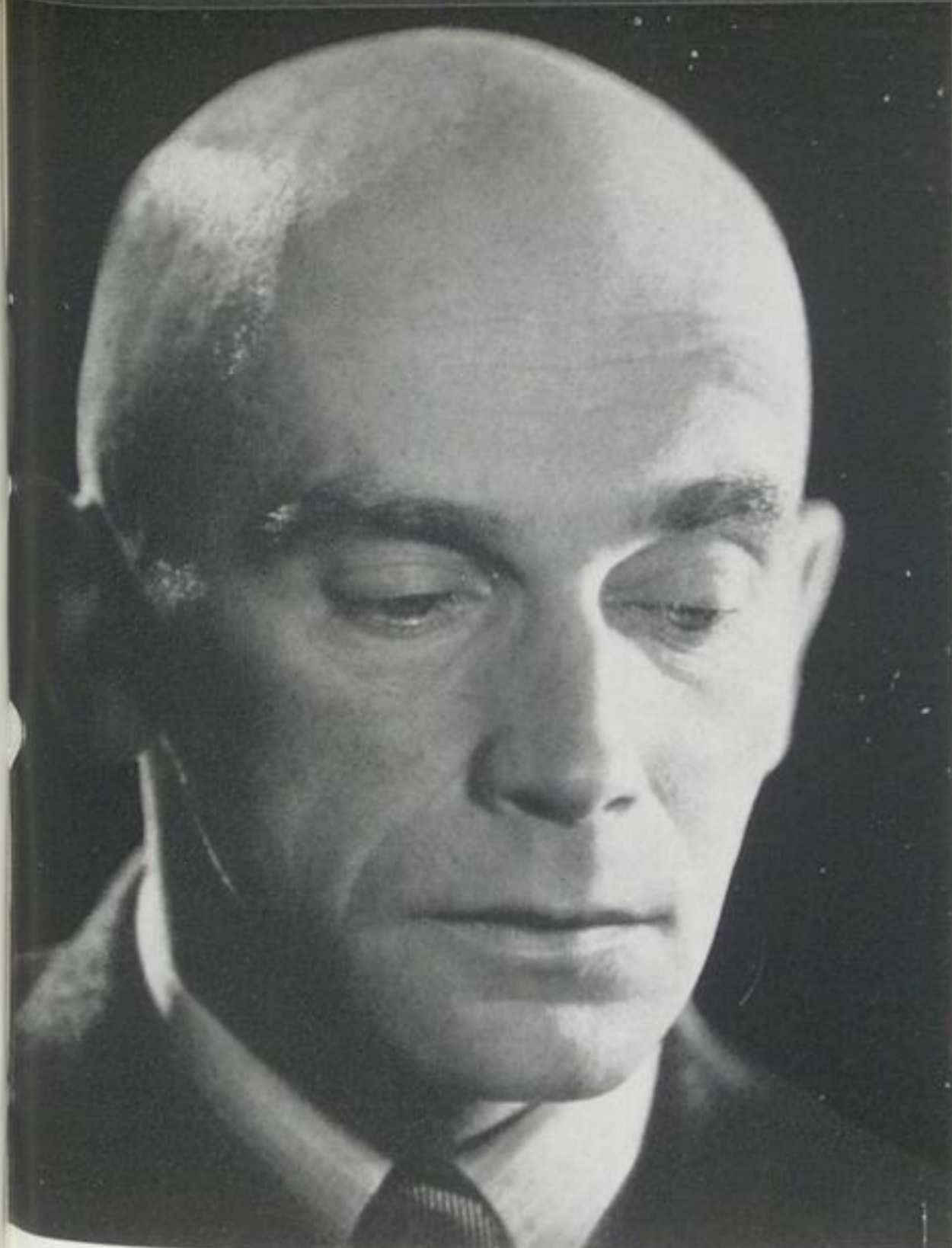
Der «eingebaute Haken»

Schlechte Modelle kommen ebenso an wie gute, wenn sie für das Gedächtnis des Bildbetrachters einen sogenannten «Haken» besitzen. Einfallsreiche Modelle bringen diesen «Haken» selber mit. Oft aber muß der Fotograf solche «Haken» und Blickfänge konstruieren oder suchen, wenn er meint, daß Foto und Dargestellter allein nicht «zünden». Salvador Dali, ein guter Propagandist seiner Malerei, brachte hier dem Fotografen selbst zwei «Haken» mit: Blüten von wildem Jasmin hinter dem Ohr und einen «Bart à la Nietzsche», den er sich speziell für das deutsche Publikum ausgedacht hatte, während sein Bart mit den typischen, senkrecht hochstehenden Spitzen schon oft publiziert wurde.





Die Tänzerin Wiet Palar besitzt ungewöhnlich langes und für ihre Jugend seltsam früh ergrautes, silbrig-weiß schimmerndes Haar. Offen getragen, umfließt und verbirgt es alles, was von dem interessanten, scheinbar unabhängig von einem Körper existierenden indonesischen Profil ablenken könnte.



135 136

Der Tänzer Harald Kreutzberg machte sich früh von den Einfällen der Fotografen unabhängig und konstruierte selbst seinen «Haken», der stets ankam: er rasierte sich eine Glatze. – Der Kabarettist Kay Lorentz pointiert sein Bild durch einen Bart und eine Pfeife mit besonders langem Stiel. – Außerordentlich fotogen ist der riesige elegante Hut, den die Gestütsbesitzerin Maria Mühlens bei einem internationalen Rennen trug.



137



138

Je seltener das Einglas im täglichen Leben wird, desto auffälliger wirkt es im Einzelfall, wie hier bei dem Kabarettisten Walter Gottschow (138). – Eine dunkle Brille, ein sorgfältig ausgewähltes Halstuch und ein nicht alltäglicher Hut sind effektvolle «Zutaten» zu dem Foto von Heinz Hilpert (139). – Der Verleger Ernst Rowohlt trug einen Schlips, von dem man gleich ablesen konnte, mit wem man es zu tun hatte (140).

139

140

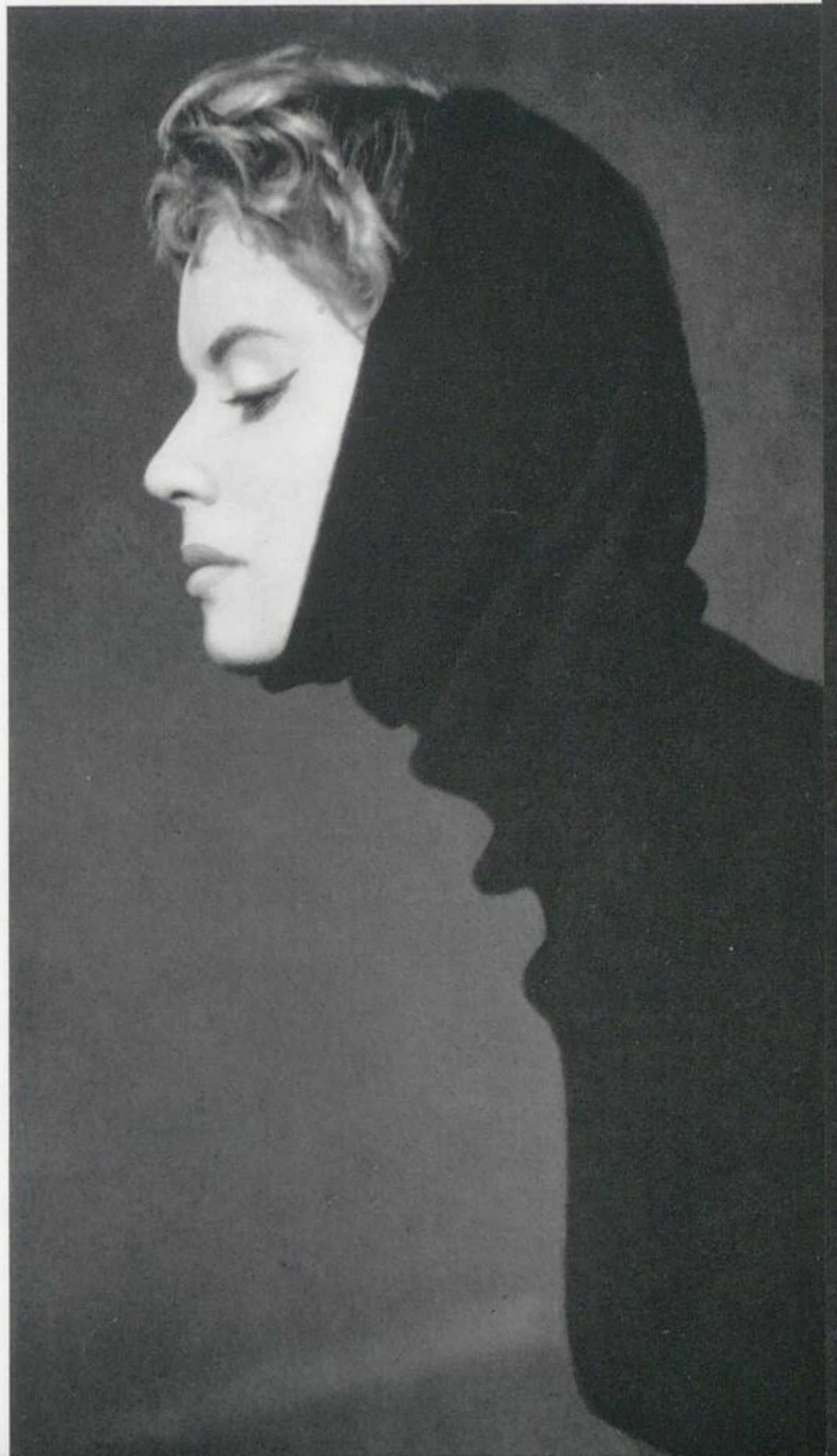




141

Der Film bedient sich gern der reizvollen Wirkung freigebiger Busenausschnitte. Solche tiefen Einblicke garantieren allerdings noch lange nicht für ein gutes Foto. Der amerikanische Star Tina Louise. Foto: United Artists

Das Tiefausgeschnittene wie das Hochgeschlossene ist immer ein guter Blickfang, weil es nicht die Norm ist. Verschlossenes wirkt auch dann geheimnisvoll, wenn das Modell nicht so schön ist wie das Mannequin Lola.



142

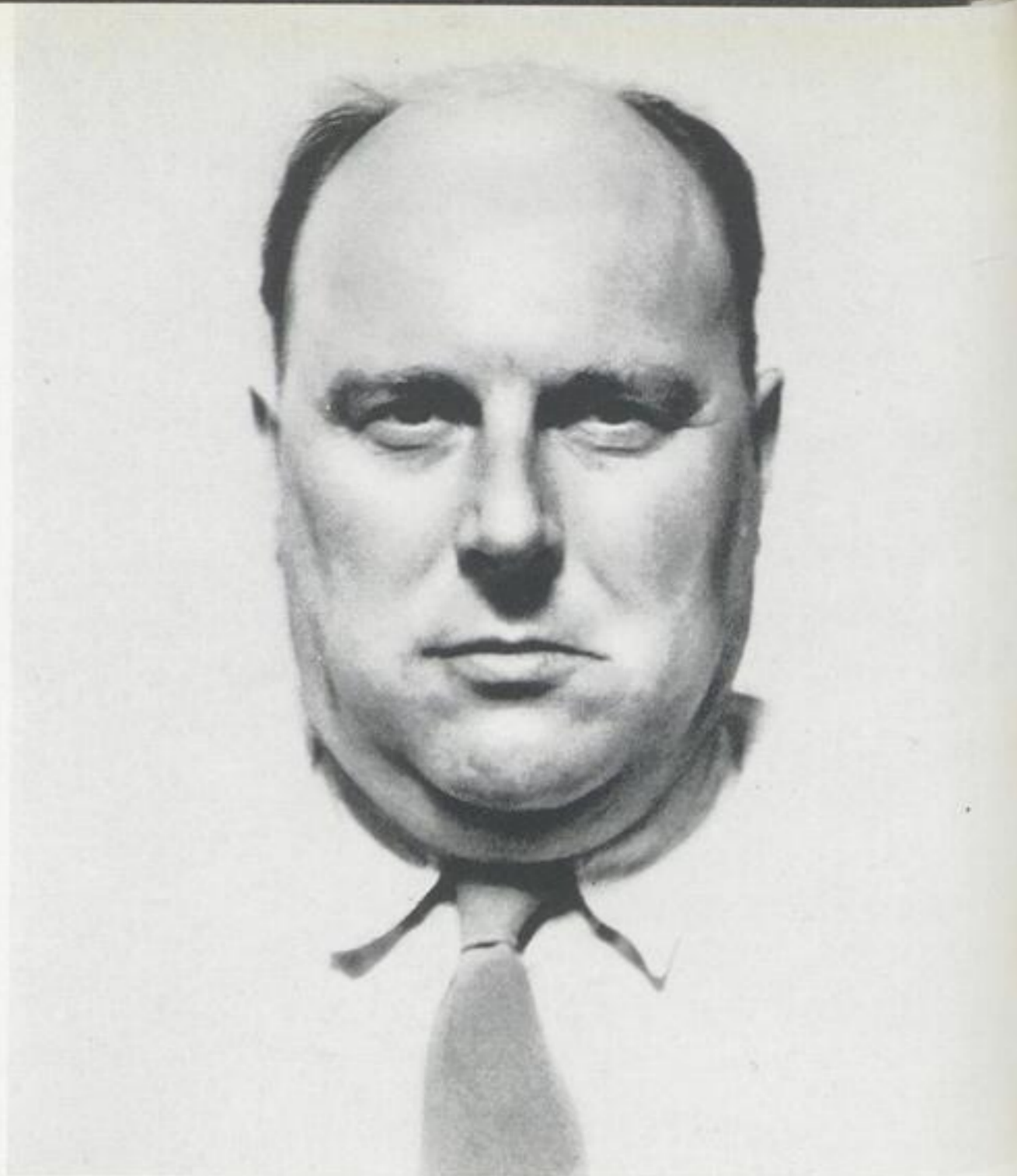


Die Diseuse Lore Lorentz brachte als «Haken» den originellen Mantel mit, der Fotograf aber umgab das Porträt zusätzlich mit der abendlichen Atmosphäre des Düsseldorfer Kabarets «Kom(m)ödchen» (143). Wie fotografische Experimente Pointen setzen können, zeigt das Porträt der Primaballerina Denise Laumer (144). Es ist ein normaler Schnappschuß bei künstlichem Licht und erst im Labor zum «High-key» gemacht worden. – Bei dem Regisseur Oskar Fritz Schuh, der wegen seines besonders unaufdringlichen Äußeren nicht leicht zu fotografieren ist, wurde der Stock zum dramatischen, unvergeßlichen Akzent gemacht (145).





Nur wenige stehen so fest zu ihrer Figur und ihrer Meinung wie der Schriftsteller Ernst von Salomon. Er hat die Courage, seine in doppelter Beziehung «starke Persönlichkeit» durch eine provozierende Kopfhaltung (146) und durch ein Schlachterhemd (147) noch zu verstärken. Das verschönt ihn zwar nicht, bleibt aber als «Widerhaken» todsicher im Gedächtnis des Publikums haften.



146



147

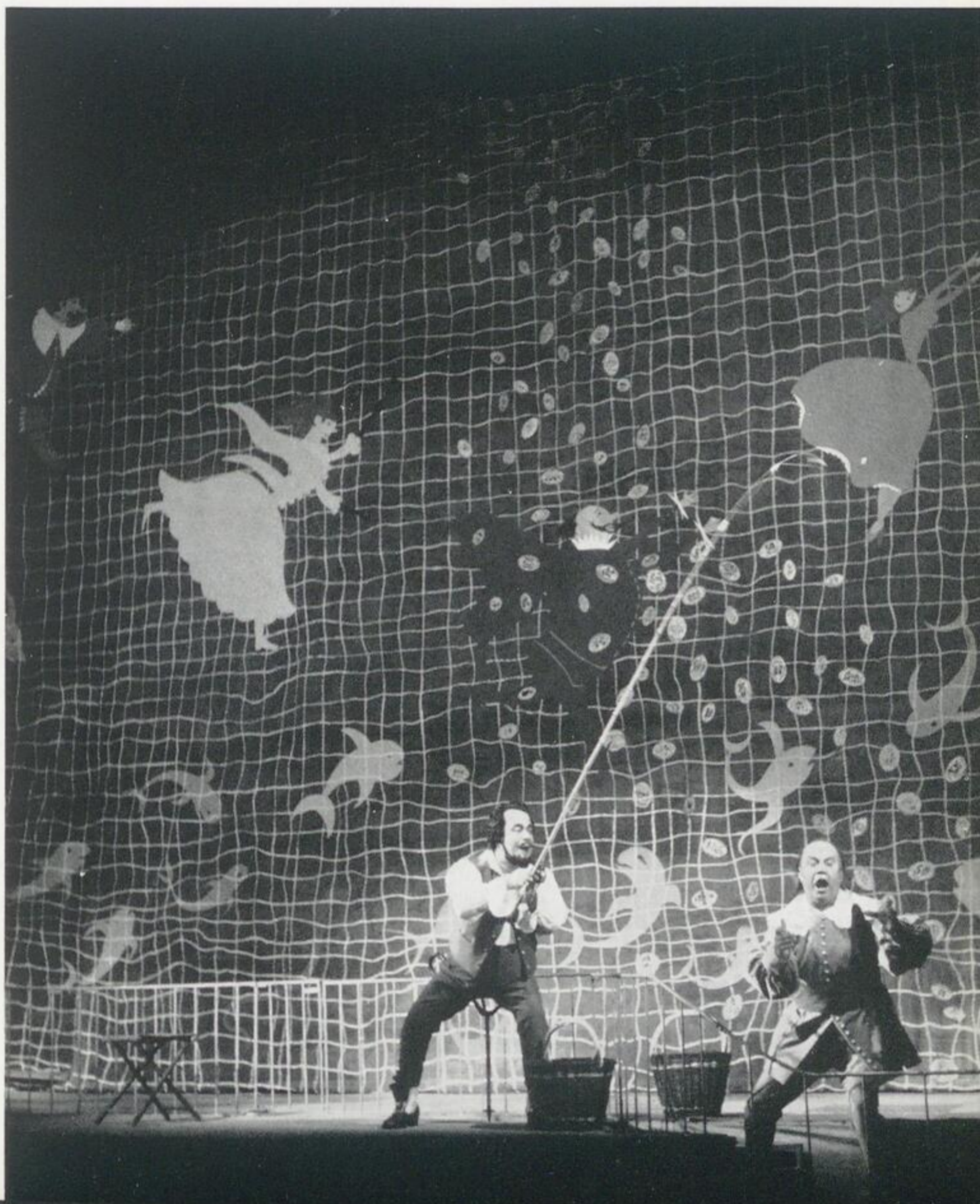
DAS FOTOGENE BILD DER SPIELE

Theater

Wenn die Sänger gerade den Mund weit geöffnet haben, sollte man sie eigentlich nicht fotografieren. In dieser frechen und hübschen Buffoszene aus «Die Verlobung im Kloster» von Serge Prokofiew ist der aufgerissene Mund jedoch ganz bewußt mit-inszeniert.

(Regie: Günter Rennert, Bühnenbild: Ita Maximowna. Deutsche Oper am Rhein.)

148





Besonders fotogen sind alle Inszenierungen von Wieland Wagner. Wenn soviel «Luft» durch die Beleuchtung erzeugt wird wie hier, stört aber nicht einmal ein offener Mund. «Götterdämmerung» Wagnerfestspiele 1955 (149).

149

150





151

Das Bayreuther Festspielhaus bietet dem zugelassenen Fotografen ideale Voraussetzungen für gute Aufnahmen. Man darf während der Proben von allen Seiten die Bühne betreten, ja, es wird sogar, um die gerade bei Opernstars so heikle Untersicht auszuschalten, extra ein «Hochsitz» gebaut. Leicht von oben fotografiert, wirken die Figuren schlanker (150). («Lohengrin», 1958, Inszenierung und Bühnenbilder von Wieland Wagner.)

Hersfelder Festspiele in der Stiftsruine (151). Die Aufführungen beginnen bei Tageslicht. Fotogen aber werden sie erst mit beginnender Dunkelheit, wenn das Bühnengeschehen durch Kunstlicht herausgehoben wird und der ehrwürdige Rahmen darüber sich vom Abendhimmel abhebt. («Cenodoxus, Doktor von Paris» von J. Bidermann, Inszenierung: William Dieterle.)

Die «Spitze» zeugt von der Klasse der Tänzerin und der «Sprung» für den Tänzer. Diese Höhepunkte sind es, die ein gutes Tanzfoto zeigen soll, und nicht die eingebauten Atempausen.

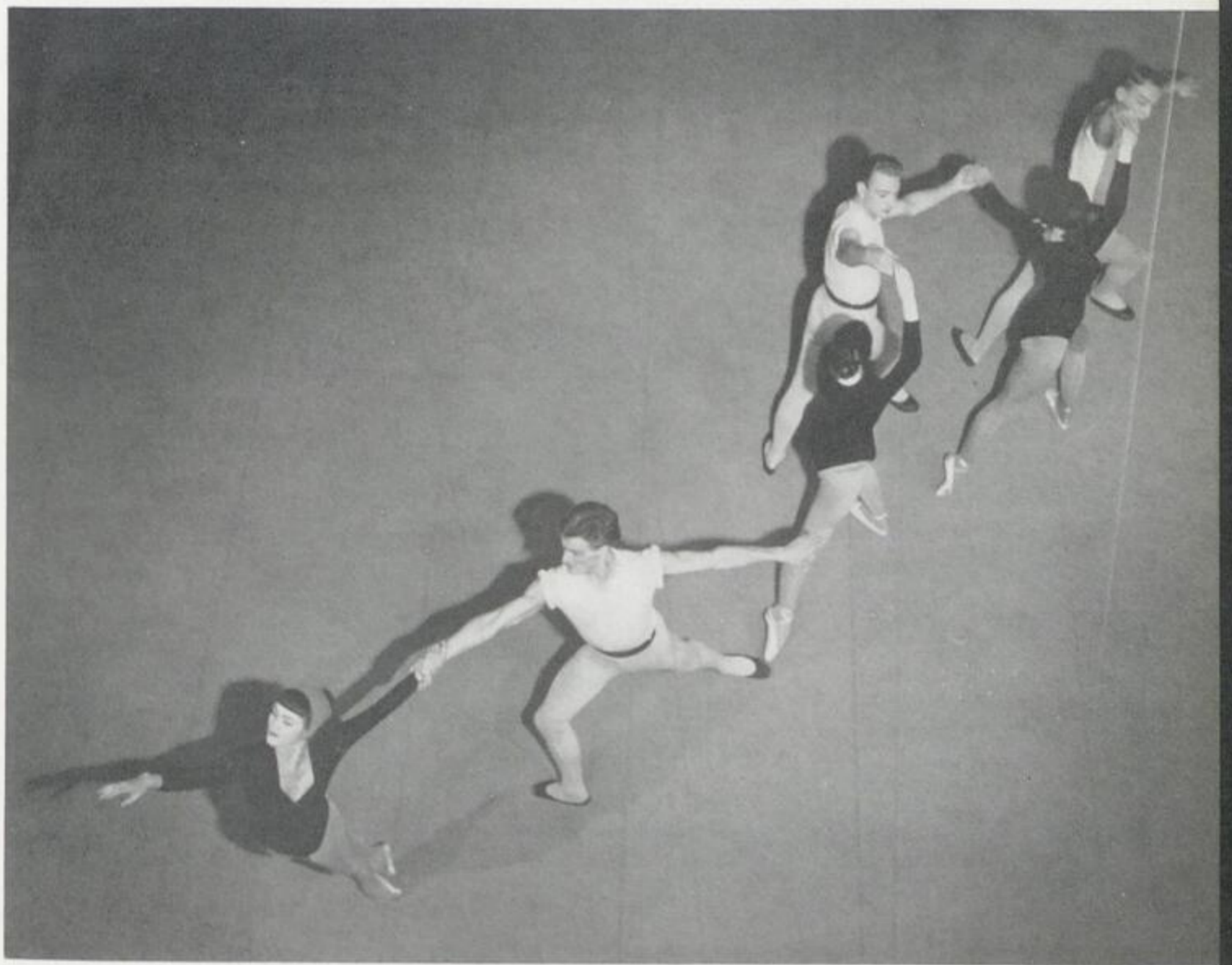
Die Fotografie des Tanzes ist oft problematisch. Spitze und Sprung müssen meist bei für die kurze Belichtungszeit zu geringem Bühnenlicht festgehalten werden. Mit «Blitzlicht» aber ist jede Bühnenatmosphäre zerstört. Übrig bleibt nur «herausgefrorene» Starre, auch bei dem schönsten Sprung. Starre aber widerspricht den Grundgesetzen des Tanzes.

Natascha Trofimowa als Bellastriga in «Abraxas» von W. Egk (152). Die leichte Unschärfe der Szene aus dem Ballett «Die Josephslegende» von Richard Strauss (Choreografie: Tatjana Gsovsky) mit Gisela Deege und Gert Reinholm unterstreicht die fließende Bewegung des Tanzes (153). Aber solche Fotos sind im Zeitungsdruck nur schwierig wiederzugeben. Wer also kein publizistisches Risiko eingehen will, muß für eine gut durchgezeichnete Druckvorlage sorgen.





153



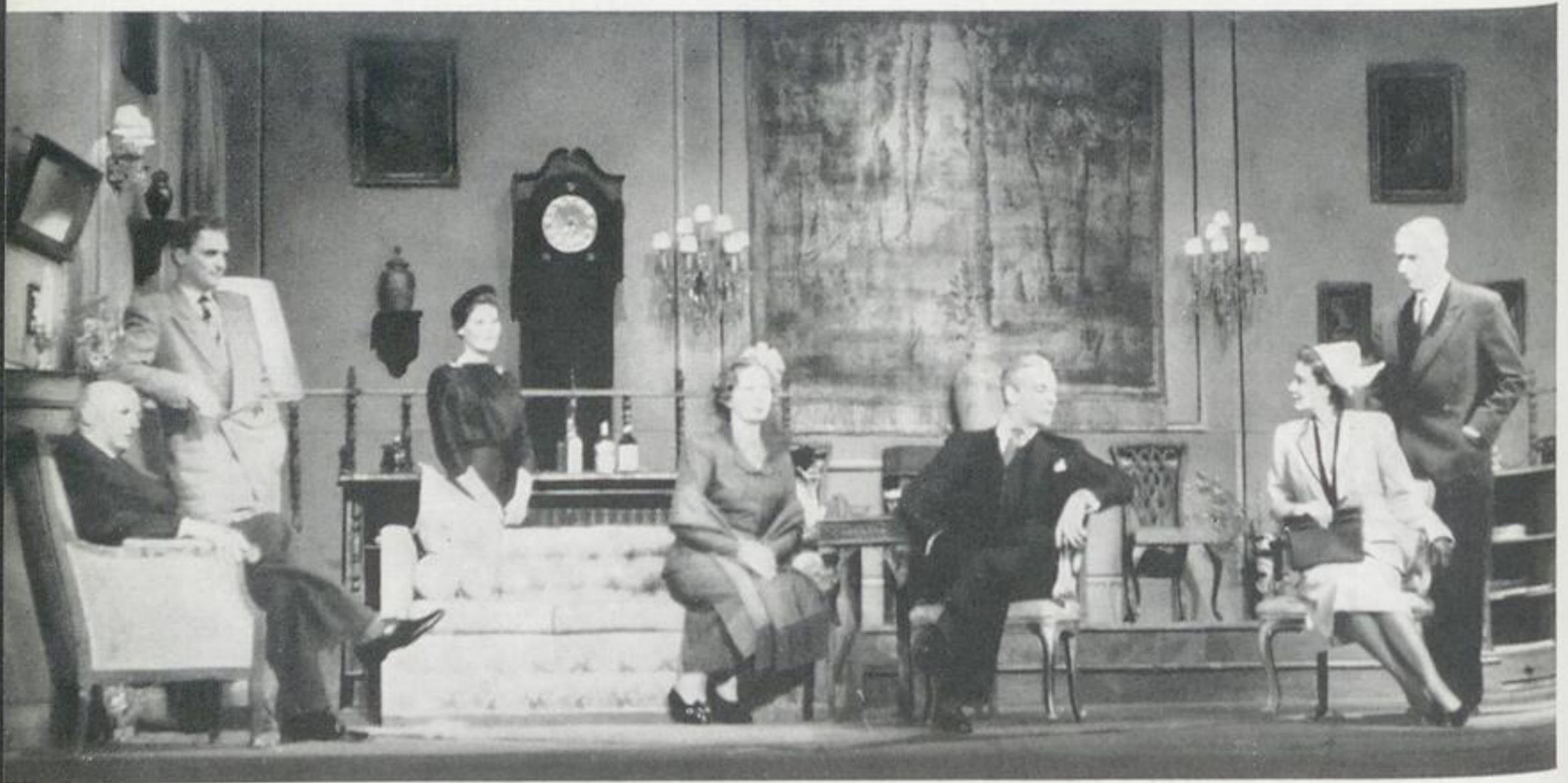
154

Oft wird die Choreografie bildlich klarer, wenn sie von oben statt von vorn aufgenommen wird. Aber man soll die Tänzer möglichst längen und nicht so «schrumpfen» lassen wie auf diesem Foto von Hindemiths «Die vier Temperamente», Choreografie: Yvonne Georgi, Hannover (154).



155

Zwei Schauspiele von T. S. Eliot, die beide auf zu schmalen Bühnen (Behelfstheatern) aufgeführt werden mußten. In der Kammerspielszene aus «Ein verdienter Staatsmann» (mit Bernhard Minetti und René Deltgen, Inszenierung: Oskar Fritz Schuh, Köln) beherrschen die Darsteller noch das Bild. In dem Tableau der «Cocktail-Party» (Inszenierung: Gustaf Gründgens, Düsseldorf) bilden Darsteller und Dekorationen einen nur schwer übersehbaren Wirrwarr, der nicht gerade fotogen ist und sich für einen Abdruck in der Tagespresse nur wenig eignet.



156

Ein typisches Beispiel für eine gut fotografierbare, ebenfalls kleine Bühne ist dieses Bild aus Gogols «Revisor» in der Inszenierung von Gustav Rudolf Sellner, Ruhrfestspiele Recklinghausen. Hier hebt sich selbst bei dem schlechtesten Zeitungsdruck der Darsteller noch vom Hintergrund ab, weil fast immer Weiß vor Schwarz steht und umgekehrt (Bühnenbild: Franz Mertz). Diese fotogenen Bühnenbilder sind kein Zufall. Allerdings braucht die fotografische Bildwirkung der Szene nichts über die Qualität einer Inszenierung auszusagen, aber man findet Fotos dieser Art mehr in der Presse, weil sie ihre Töne gut «trennen», sich gut drucken und weil sie fotogen sind.

157





Kostümprobe zu «König Ödipus» mit Lil Dagover und Karl-Heinz Kellermann (158). So vereinfachend und einen guten Hinterkopf formend, sind diese Perücken aus gelacktem Schaumgummi hervorragend fotogen. (Wetzlarer Industriefestspiele, Regie: H. Buchmann.)

158

Maria Wimmer mit einer ebenfalls gut fotografierbaren und besonders kleidsamen Perücke in Pirandellos «Die Riesen vom Berge». (Regie: Giorgio Strehler, Düsseldorfer Schauspielhaus.)

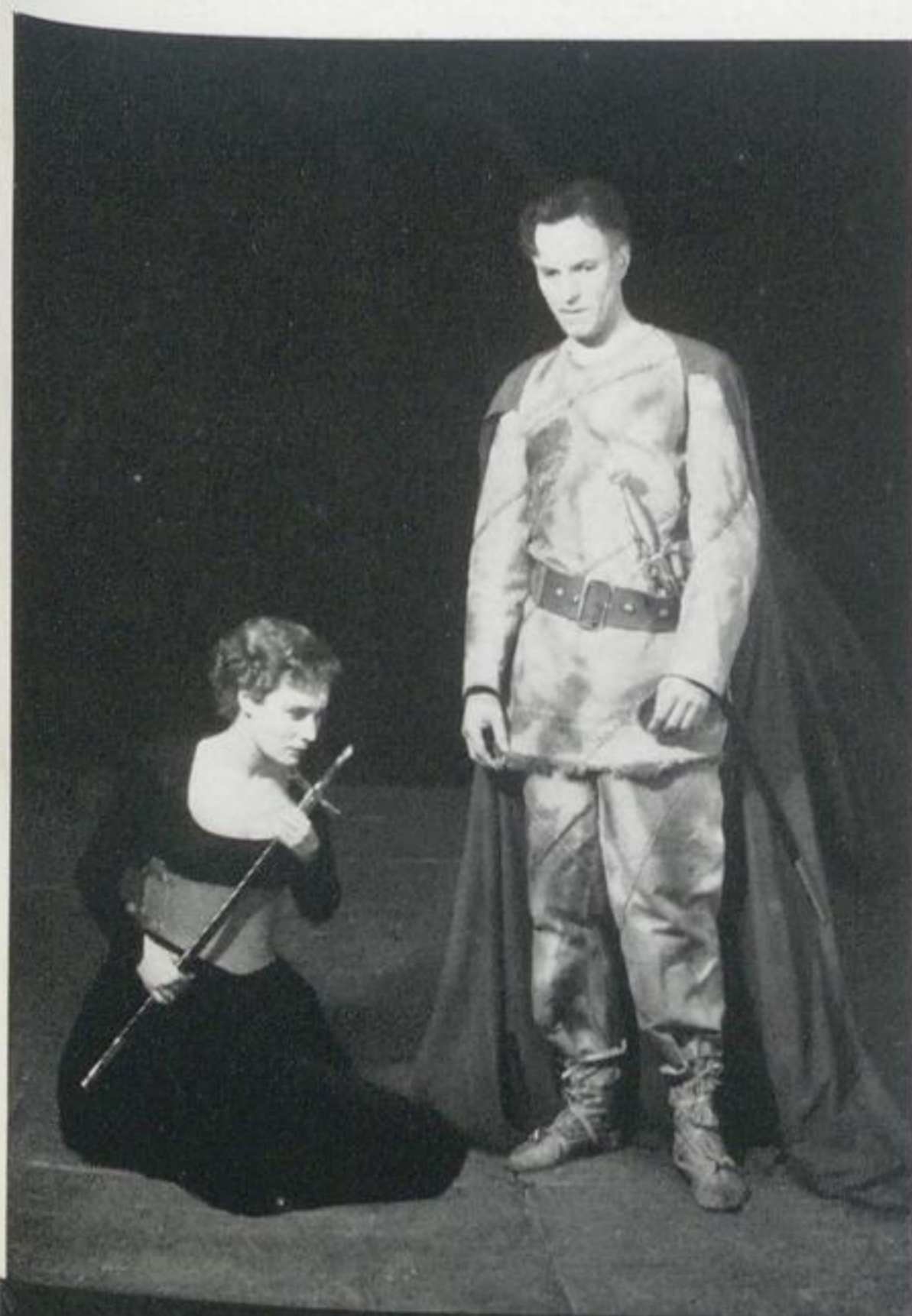


159

Als «Ansager» in Thornton Wilders «Unsere kleine Stadt» ist Charles Regnier mehr als nur einer der Darsteller des Stücks. Er ist der Lenker und Deuter der Handlung. Die «Untersicht» der Kamera holt diese Überhöhung symbolisch heraus, unterstützt durch die fotogene Kleidung des Schauspielers und die richtige Einleuchtung. (Regie: H. Bauer, Kammerspiele, Köln.)



160



Horst Caspar in seiner letzten Rolle als Sigismund in Calderons «Das Leben ein Traum» mit Antje Weisgerber. Dieses Kostüm läßt den schlanken, langbeinigen Schauspieler kurzbeinig erscheinen. (Inszenierung: Ulrich Erfurth, Düsseldorfer Schauspielhaus.)

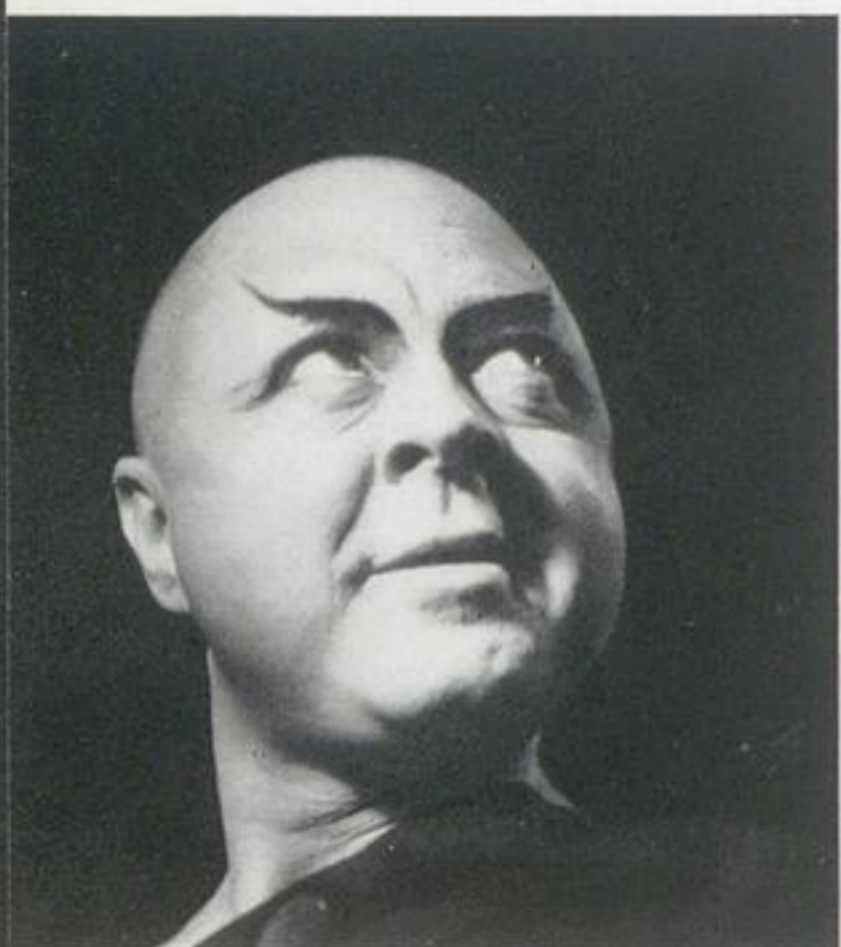
Das Foto ist ohne Atmosphäre, weil die Szene nicht live fotografiert werden konnte und deshalb nachträglich für die gesamten Pressefotografen gestellt wurde.

161

An einem Rollenporträt sollte man nicht nur den Darsteller, sondern auch den Regisseur und, durch alle Interpretation hindurch, den Dichter erkennen können. Gustaf Gründgens als intellektueller, ironischer, Distanz haltender Mephisto (162). – Wilfried Seyferth (Ruhrfestspiele Recklinghausen) war ein völlig anderer Mephisto: erdig, schlau, rein komödiantisch, ohne Distanz (163).



162



163

Szenenfotos mit hellem Hintergrund lassen sich im Druck wie im Fernsehen besser wiedergeben als solche mit dunklem. (Ida Krottendorf und Hans Putz in «Rose Bernd». Inszenierung: Hans Lietzau. Kölner Kammerspiele.)

164



Fotografische Probleme, besonders auf deutschen Bühnen, sind «Ausbrüche». Sie wirken oft provinziell, übertrieben oder gar peinlich. Es ist immer ein Kriterium einer Bühne, ob man ihr einen starken Ausbruch «abnimmt». Hier ist eine schwierige Szene aus Ionescos «Die Nashörner» von Karl Heinz Stroux inszeniert und von Karl Maria Schley und Max Mairich glaubwürdig dargestellt.





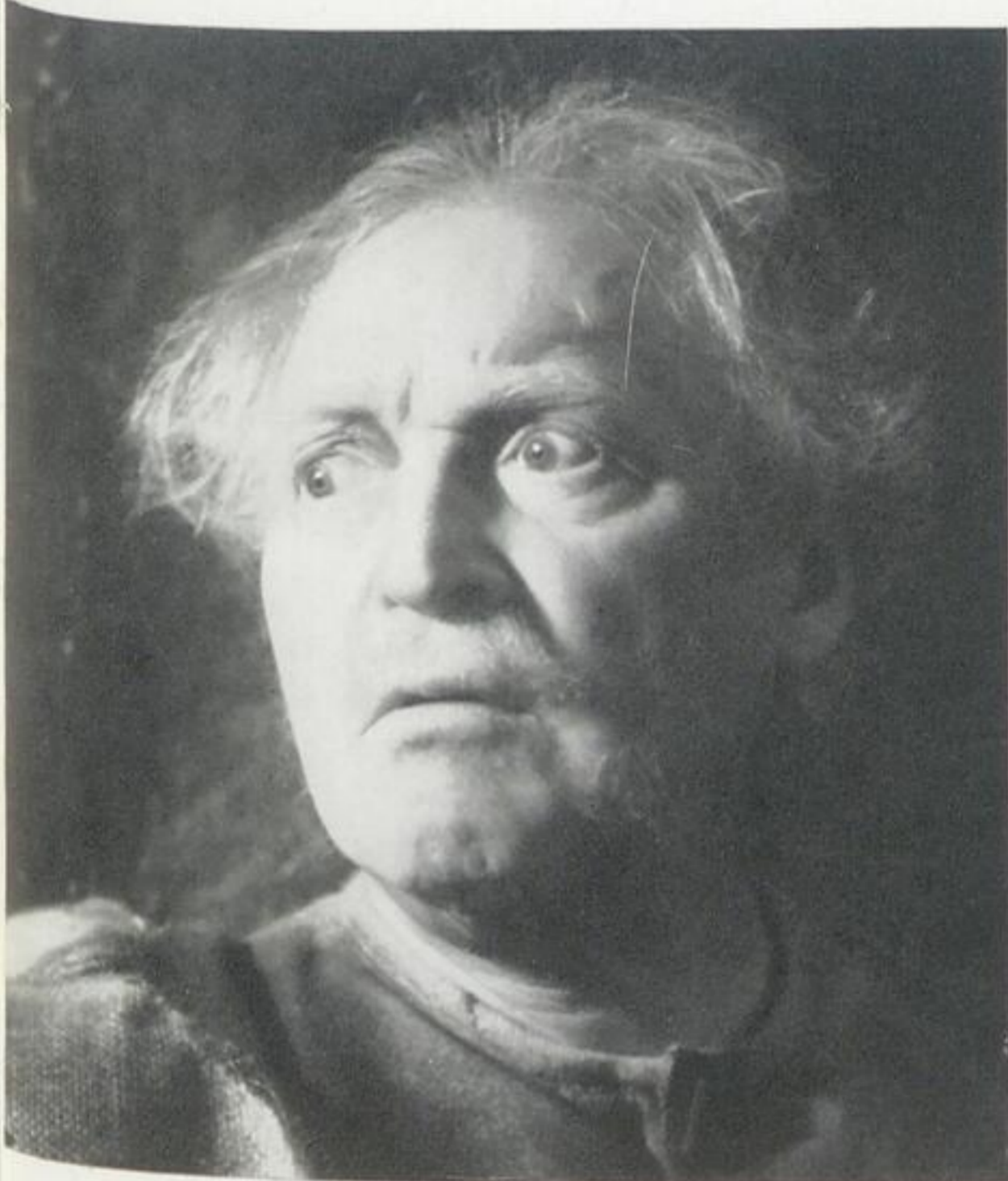
166

Eine solche Intensität in intimen Bereichen, wie in dieser Szene zwischen Bess und Crown in Gershwins «Porgy und Bess», ist von weißen Darstellern kaum zu erreichen. Die zwielichtige Atmosphäre wurde von der Seitenbühne aus fotografiert, um plastisches Gegenlicht zu erhalten, aber so lange belichtet, daß die Details verschwimmen.

Muß der Darsteller die Szene für den Fotografen noch einmal «anspielen», so wirkt das Resultat nicht immer so glaubwürdig wie bei Joana Maria Gorvin in «Spiel zu zweit» von Gibson. Die Schauspielerin hatte sich aber noch einmal völlig in ihre Rolle versenkt.



167

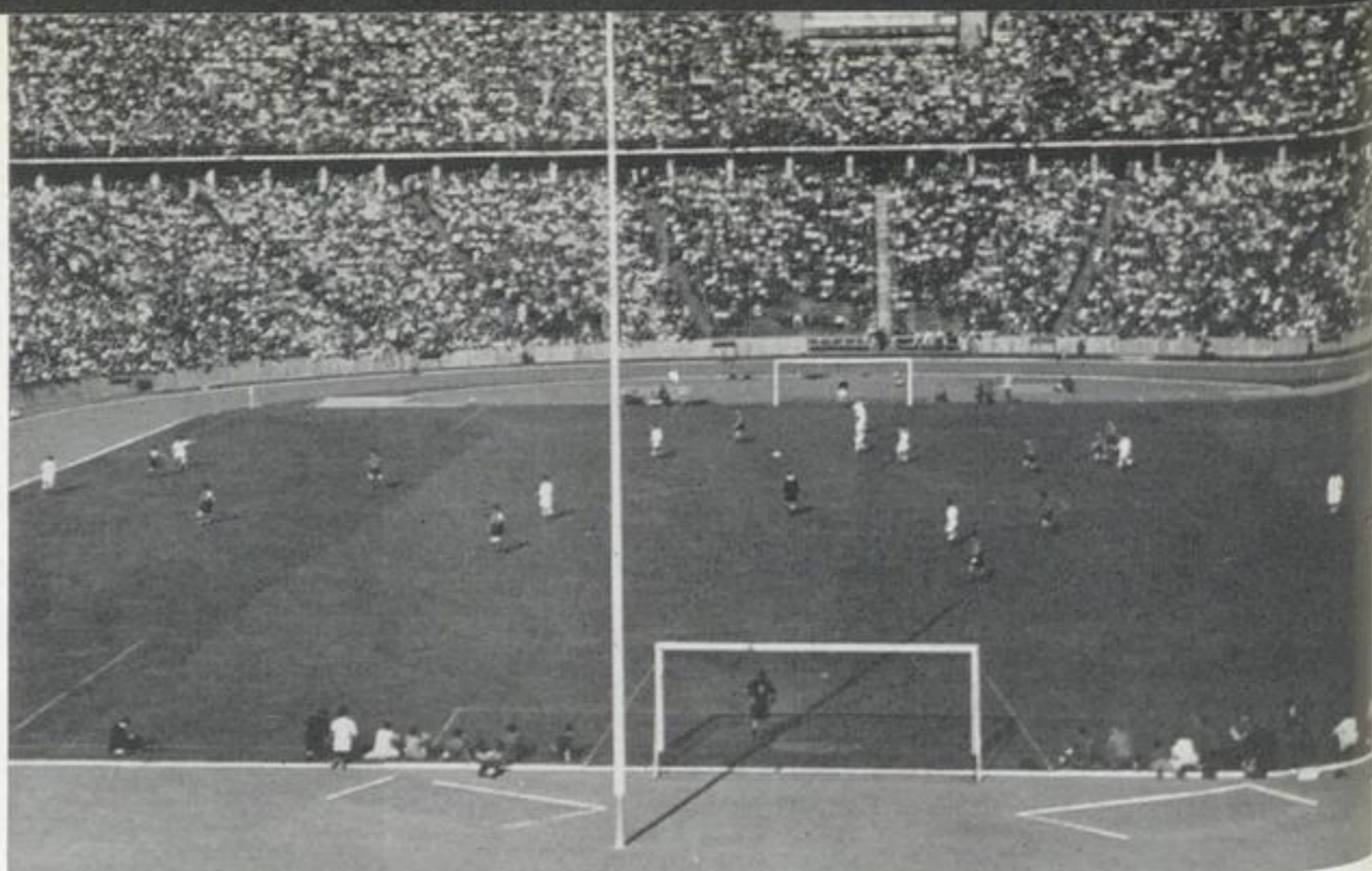


Die «echte Beteiligung» nach stundenlanger Probe für das Pressefoto aus dem Stegreif zu wiederholen, ist auch für große Schauspieler schwer. Die Aufnahme von Werner Krauß als König Lear zeigt, daß die Mimik nicht ganz aus dem Spiel, aus innerer Präsenz kommt.

168

Sport

169



Immer weniger sieht man heute im Sportteil der Tagespresse als Einzelfoto eines dieser überflüssigen Stadion-Panoramen, auf denen nichts zu erkennen ist.

Man muß also Details herausholen! Die Wochenschau arbeitet mit der Zeitlupe und mit Einblendungen komischer Zuschauer«porträts». Der aktuelle Pressefotograf muß sich allein an den Spielvorgang, an den Sportler halten. Außerdem fürchtet er das «Recht am eigenen Bild», auf das der private Zuschauer sich berufen kann.

Um dramatische Spielmomente fotogen ins Bild zu bekommen, braucht der Fotograf mehr als Glück: Er muß Sportspezialist sein. Länderspiel Frankreich : Deutschland 1958. Lafont und Seeler.

Foto: Schirner



170

Helmut Recknagel, der Olympiasieger, beim Schanzensprung. Das Foto zeigt genau die Haltung des Springers, aber man erfährt höchstens aus der Bildunterschrift, wo dieser «Flug» stattgefunden hat. Die Umgebung sollte immer ein wenig mitfotografiert werden, um den Platz authentisch zu machen.



171



Die Eiskunstläuferin Ina Bauer beim Training. Hier sieht man etwa, wie hoch der Sprung war und wo das Training stattgefunden hat. Die Figur ist gut gespreizt fotografiert und nicht wesentlich verkürzt.

Fotos: Schirner

172



173

Pferde werden am wenigsten verzeichnet, wenn man sie von der Seite fotografiert. Bei dieser Aufnahme der Dressurreiterin Rosemarie Springer in Nörten-Hardenberg bot der Schloßpark die helle Naturkulisse, von der sich Reiterin und Pferd plastisch, nämlich dunkel, abhoben (173).

Hans-Günter Winklers Sprungtechnik wird hier nicht in ihrer ganzen Schönheit sichtbar, weil das Bild zu sehr von vorn und oben aufgenommen wurde (174).



174

A
S
l
a
D
E
F
a



175

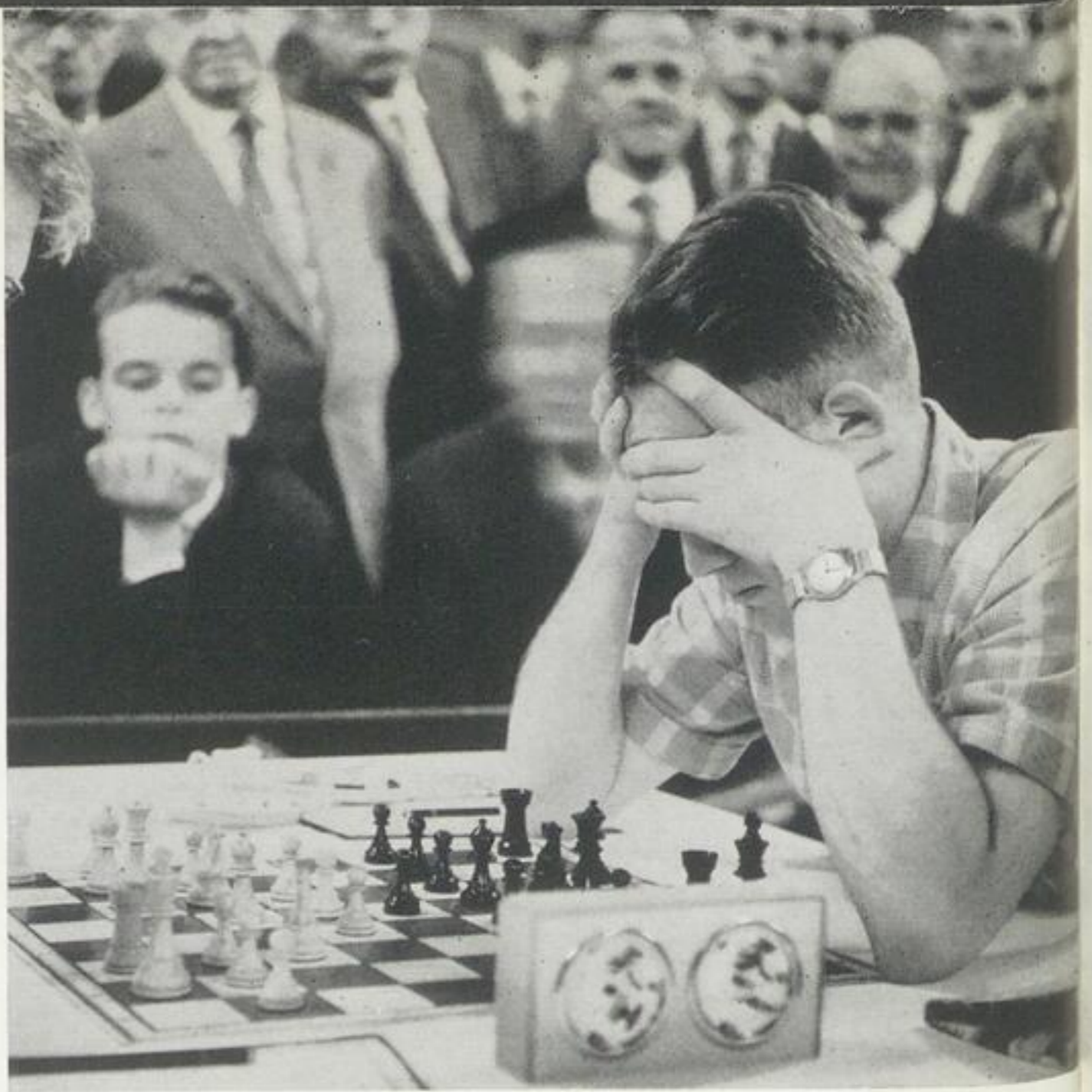
Auch in der Leichtathletik wirkt sich die Verkürzung bei Frontalaufnahmen nachteilig aus. So sieht man zwar das völlig auf sein Ziel konzentrierte Gesicht des amerikanischen Hürdenläufers Lee Calhoun, im übrigen aber hat er — mit dem «abgeschnittenen» linken Bein — auf diesem Foto keine sehr vorteilhafte Figur (175).

Der 100-Meter-Weltrekordläufer Armin Hary, Frankfurt, beim Start. Die Dynamik der Bewegung ist mitfotografiert. Wir sehen das Gesicht des Sportlers, seine Lauftechnik und den Rahmen der Veranstaltung. Eine klassisch schöne Sportaufnahme, es «stimmt» an diesem Bild alles. Ein Beweis dafür, was gute Sportfotografen zu leisten vermögen (176). Fotos: Schirner



176

Anders als beim Fußballspiel möchte der Bildbetrachter beim Schachturnier das ganze Kampffeld übersehen können. Hier aber ging die Kamera etwas tiefer, weil der deutsche Meister Wolfgang Unzicker das Gesicht abdeckte, um nicht irritiert zu werden. Da man weder den Spieler noch die Situation des Spiels genau erkennt, ist die Aufnahme schlecht.



177



Auch im Spiel mit seinem siegreichen Rivalen Tal wirkt der Weltmeister Michail Botwinnik, UdSSR, ruhig und konzentriert. Die Kamera hat deshalb absichtlich das Gesicht, nicht aber das Spielfeld herausgehoben.

178

DIE KUNST, SELBST FOTOGEN ZU WERDEN

Gewiß gehört ein wenig Mut und Zivilcourage dazu, mit bislang Gewohntem und Hergebrachtem zu brechen. Aber wenn ein Mensch erfahren hat, daß er sich besonders ungünstig fotografiert, wird er – wenn sein Bild oft publiziert wird – von selbst einen besseren Eindruck manipulieren wollen. Es gibt einige erlernbare Hilfen, die in den folgenden Kapiteln beschrieben werden. Hier geht es – wie schon öfter gesagt – nicht darum, was im normalen Leben richtig ist, sondern immer nur darum, was sich gut fotografiert und im Gedächtnis haftenbleibt.

Eine Kamera kann nur das abbilden, was sich ihr darbietet. Bei der langen Brennweite entstehen durch den beträchtlichen Abstand zwischen Modell und Kamera keine Verzeichnungen. Sie treten erst auf bei der mittleren und besonders bei der kurzen Brennweite. Das müssen wir uns noch einmal klarmachen, um zu verstehen, warum der Fotografierte auf Verzeichnungen und übertriebene Perspektive (Abb. 15) achten muß, wenn er aus großer Nähe fotografiert wird, gleichgültig, ob von Pressefotografen, von Wochenschau- oder Fernsehkameraleuten.

Steht eine solche Kamera sehr tief, wird sie wenig Oberkopf abbilden, aber viel Hals und Kinn (eine Glatze würde dabei kaum auffallen). In eine Stubsnase «regnet es hinein». Die Augen werden kleiner, es sei denn, sie blicken über das Objektiv – und damit auch über den späteren Betrachter – hinweg; aber dann «himmelt» das Modell. Bei einem so tiefen Kamerastandpunkt ist es also normalerweise zweckmäßig, sich nicht besonders in die Höhe zu recken oder gar hintenüber zu neigen, sondern sich so weit nach vorn zu beugen, daß Stirn, Kinn, Brust und Hände möglichst den gleichen Abstand zum Objektiv haben.

Steht die Kamera sehr hoch, wird die Stirn mächtiger, die Augen kommen größer, aber das Kinn und alle tiefergelegenen Körperpartien erscheinen verkleinert. Eine lange Nase wird noch länger, ja, sie ragt geradezu in die Oberlippe hinein, wenn das Stück zwischen Nase und Mund nur kurz ist.

Ob der Kamerastandpunkt hoch, tief oder normal ist, immer läßt sich die Verzeichnung bei der kurzen Brennweite dadurch auffangen, daß man im rechten Winkel zur optischen Achse sitzt, das heißt, daß alles gleich weit vom Objektiv entfernt sein muß, was im richtigen Verhältnis zueinander abgebildet sein soll.

Diese Verzeichnungen lassen sich aber in der Bildpolitik auch ganz bewußt einsetzen. Die kluge Maria Callas, die das weiß, hat sich zum

Beispiel angewöhnt, den «Kopf im Nacken zu tragen», um ihre zu lange Nase zu verkürzen (Abb. 70 und 71). Aber dadurch hat sie gleichzeitig ihren Ruf von Stolz, ja von Arroganz unterstützt. Wesenszüge wie Demut, Zuneigung oder Unnahbarkeit lassen sich sogar durch eine bestimmte Haltung zum Objektiv ausdrücken. So hat Marlene Dietrich im wesentlichen ihren Typ auf dem Kamerastandpunkt von *oben* aufgebaut: mit Hilfe ihrer Körperhaltung entsteht jene Mischung von Sex-Appeal und Sentimentalität, deren Augenausdruck manchmal ironisch als «deutscher Blick» bezeichnet wird. Umgekehrt hält es Marilyn Monroe: Ihr Typ basiert zum großen Teil auf dem *tiefen* Kamerastandpunkt. Sie läßt sich gern, ebenfalls unterstützt von entsprechender Körperhaltung, möglichst etwa aus Brusthöhe fotografieren und ihren Charme von oben auf den Betrachter rieseln. Dabei entstehen zwar etwas kleinere, aber nicht minder charmant wirkende Augen und ein längerer Hals (Abb. 65 und 66). Gewiß kann man die beiden auch anders fotografiert sehen, aber grundsätzlich haben sie ihren Typ mit einem ganz bestimmten Kamerastandpunkt verbunden.

Beide Damen sind ein lehrreiches Beispiel: im Grunde gehen sie von den Relationen ihrer Augen zur Nasengröße aus. Marylins Augen sind im Verhältnis zu ihrem kleinen Näschen groß genug. Also bevorzugt sie den tiefen Kamerastandpunkt, um den Eindruck von Untersetztheit bei ihrer Figur aufzufangen, denn ihr Hals hat eine Längung nötig. Marlene hat nicht minder große Augen, aber eine breite Nase, die nur dadurch zu verkleinern ist, daß die Augen (und der Mund!) vergrößert werden. Da sie von Natur aus, wie alle Langbeinigen, auch einen langen Hals hat, interessiert sie sich nicht besonders dafür. Ihr ist eine durch hohen Kamerastandpunkt erreichte Vergrößerung der Augen wichtiger. (Die Fotos Abb. 49 und 50 habe ich absichtlich von unten aufgenommen, aber die Nase durch Retusche verschmälert.)

Marlenes Rezept gilt freilich nicht für alle: Ein Politiker oder ein Fernsehkommentator, der «himmelt», also ständig von unten herauf in die Kamera blickt, erscheint, weil dabei auch das Kinn verschwindet, sentimental und weich. Das mag bei einem Schlagersänger angebracht sein; Männer in ernsthaften Positionen, die zu gefühlsbetont wirken, findet der heutige realistische Bildbetrachter unerträglich oder mindestens komisch.

Umgekehrt wirkt sich die Kamerastellung von unten aus: sie prägt eine betonte, energische Kinnpartie. Selbst Mussolini besaß von Natur aus nicht ganz soviel Kinn, wie er durch seine Haltung herausholte. So gab er das für Italien geeignete Bild eines Diktators: männlich und energisch. Hitler dagegen markierte in seiner Haltung den geraden, einfachen Soldaten mit einem bemerkenswert «musikalischen Gang» (für die Seele der gefühlsbetonten deutschen Frau). Es ist unheimlich, zu verfolgen, wie durch solche für den Laien gar nicht wahrnehmbare Manipulation der Haltung vor der Kamera die Meinung der Masse beeinflusst werden kann.

An all diesen Beispielen wird deutlich, wie einschneidend solche Äußerlichkeiten sein können. Auch wenn das Modell keinen direkten Einfluß auf den Fotografen hat, sieht es normalerweise den Standpunkt der Kamera und kann sich darauf einstellen, sich zur Kamera hin- oder von ihr wegzuneigen. Das sind keine halsbrecherischen Turnübungen, wie es hier klingen mag, sondern immer nur Bewegungsnuancen.

Der Kameramann bei Fernsehen und Wochenschau arbeitet stehend. Wenn das Modell in normaler Tischhöhe sitzt, wird es bei diesem Linsenstandpunkt stark von oben aufgenommen (Abb. 18). Wird dieser verkürzenden Perspektive nicht durch entsprechende Körperhaltung entgegengewirkt (Abb. 73), sieht der Zuschauer auf seinem Bildschirm unweigerlich Köpfe, die halslos in den Schultern sitzen (Abb. 72). Gerade

vor der Fernsehkamera muß jedes Modell daran denken, daß es möglichst im rechten Winkel zum Objektiv sitzt. Neigt sich das Modell noch vornüber, wie es z. B. der Ablesende normalerweise tut, dann sieht man auf dem Bildschirm folgendes: als Wichtigstes den Kopf, mit einer riesigen mehr oder minder vollkommenen Haarpracht, ein darunter sich verkleinerndes Gesicht, halslos auf einen infantilen Körper gesetzt. Die einfachste Art, dem zu begegnen, ist, wie gesagt, sich so weit hintenüber zu neigen, daß Stirn, Kinn und Hände eine Ebene bilden, die überall den gleichen Abstand zum Aufnahmeobjektiv haben. Benjamin Britten (Abb. 93) hat eine für solche Gegebenheiten geeignete Haltung, wenn er auch in diesem Fall nicht für eine Fernsehkamera posierte.

Das Handikap vieler Neulinge, die vor der Fernsehkamera sitzen, ist, daß sich meistens bei ihnen der Anzug unvorteilhaft an Hals und Schultern hochstaucht. Ist die Jacke lang genug, kann man ihren Sitz korrigieren, indem man sich rückwärts etwas daraufsetzt, aber nur so viel, daß hinten nicht der Hemdkragen hervorschaut.

Ein Mensch, der in der Lage ist, frei vor der Fernsehkamera zu sprechen, hat es leichter, eine gute Haltung einzunehmen, wenn er den Betrachter ansieht, also direkt ins Objektiv schaut. Darum möglichst: «Weg vom Manuskript und von der kontakterschwerenden, ungünstigen Haltung beim Ablesen.» Es gibt jedoch Fälle, wo der Text abgelesen werden muß, z. B. unterstreicht der Nachrichtensprecher dadurch die korrekte Wiedergabe. Hier interessiert ja auch weniger der Mensch als die sachliche Meldung. Aber es wirkt sehr unschön, wenn der Ablesende selbst tiefer sitzt, als die Kamera steht, und während des Lesens hin und wieder seinen Kopf hochreißt und einen aufgeschreckten Blick in das höherstehende Objektiv wirft, um – wie Kurt Tucholsky sagt – «nachzusehen, ob auch noch alle da sind». Damit erreicht er höchstens, daß der Zuschauer gespannt verfolgt, ob er seinen Zeilenanschluß wiederfindet.

Das muß unauffälliger manipuliert werden. Das beste ist, den Vortragenden so hoch aufzubauen, daß die Kamera tiefer steht als der Tisch mit dem Manuskript. Dann befindet sich das Gesicht des Ablesenden in einer sehr vorteilhaften Ebene zum Aufnahmeobjektiv. Denn auf diese Weise kann er sowohl unauffällig im Manuskript lesen wie auch den Zuschauer ansehen, weil beide Blickpunkte in ähnlicher Richtung, nämlich unter ihm liegen. Das störende Kopfhochreißen zum Bildbetrachter und Kopfneigen zum Manuskript fällt dabei weg. Außerdem gibt die Kamera aus dieser Perspektive die beste Hals- und Schulterlinie wieder. So kann der Zeigefinger unbemerkt das Manuskript verfolgen. Menschen mit Fernseherfahrung, die auf das Ablesen nicht verzichten wollen, lassen für ihre Sendungen ein erhöhtes Pult vorbereiten – eine gute, brauchbare Methode, die besonders in den USA üblich ist und hoffentlich auch bei uns bald mehr angewendet wird als bisher.

Problematisch sind bei Live-Übertragungen im Fernsehen die Interviews. («Wir haben zu uns ins Studio Herrn . . . gebeten.») Höflicherweise sehen sich die beiden bei ihrer Unterhaltung an und wenden dem Betrachter ihr Profil zu. Während der kameraerfahrene Interviewer weiß, wie er fotogen sitzen muß, bietet der Neuling alle möglichen unfotogenen Haltungen. Die schlimmste ist auch hierbei, wenn er den Oberkopf stark zur Kamera neigt und, meist unbewußt, versucht, sein Gesicht dahinter zu verstecken (Abb. 72). Selbst Herren, die sonst ungern ihren schütterten Haarwuchs zeigen, vergessen ihn dann völlig. Noch wichtiger als bei den Aufnahmen direkt von vorn ist bei Profilen der rechte Winkel. Die Senkrechte des Körpers zur Kamera darf nur so wenig wie möglich verkippt werden.

Ein Vorbild für gute Haltung ist die eines Reiters, nämlich locker und federnd nach oben gereckt und doch nicht steif, oder die entspannte, aber ebenfalls sich längende Haltung, die eine Tänzerin wie Tatjana

Gsovsky (Abb. 67) so spontan einnimmt. Sehr fotogen ist die Haltung der Neger: federnd, rhythmisch und «blühend», also aufgerichtet, aber mit durchgedrücktem Kreuz. Meinen Modellen gegenüber pflege ich sie als «Boogie-Haltung» zu bezeichnen. Damit weiß jeder schnell, was gemeint ist. Übrigens sind als Lockerungstraining die nord- und süd-amerikanischen modernen Tänze hervorragend geeignet.

Bei allen Arten der Fotografie spielt die Beherrschung der Körperbewegungen eine große Rolle. Unschön ist die hektische Gestik des Neulings vor der Fernsehkamera. Fuchtelnde Hände erweisen sich als außerordentlich ablenkend. Sie sind nicht immer ein Zeichen von Eitelkeit, sondern mehr von Unsicherheit, und mancher erhobene Zeigefinger wirkt bevormundend, ohne so gemeint zu sein. Solche Bewegungen machen oft die Bemühungen um einen beherrschten Gesichtsausdruck zunichte und enthüllen die Nervosität hinter einer kontrollierten Fassade. Da aber alle Nerven bei einem Fernsehauftritt ungewöhnlich angespannt sind, kann man nicht noch zusätzlich auf seine unwillkürlich «mitredenden» Hände achten. Trotzdem müssen auch sie beherrscht werden. Mit einiger Phantasie wird jedem etwas einfallen, das ihn leise und ständig an die stillzuhaltenden Hände erinnert.

Auch bei Pressefotos ist es nicht einfach, die Hände fotogen unterzubringen. Eine Dame trägt mindestens eine Handtasche, manchmal auch einen Blumenstrauß (wenn sie z. B. vom Flugplatz abgeholt wird), sie kann ihre Hände also einigermaßen anmutig bewegen. Für den Herrn ist das schwieriger. Manchmal trägt er einen Stock, einen Schirm, eine Zeitung, eine Zigarette oder ein Glas. Viel öfter aber muß er die Hände anders unterbringen. Gerade sie sind bei ganzfigurigen Aufnahmen ein wesentlicher Faktor der Bildkomposition. Das wird klar, wenn wir an die Grauwerte auf einer Fotografie denken. Hände, die ihren Handrücken zeigen oder sich falten, können manchmal beträchtlich

auffallende, große helle Farbflecke sein, besonders vor dunklen Nachmittagsanzügen. Sehr schmale Hände sind auch gefaltet schön, sonst ist die Bildkomposition besser, wenn sie im Profil gezeigt werden. Am einfachsten ist es natürlich, sie in die Taschen zu versenken, aber das geht leider nicht immer. Es gilt nicht als wohlerzogen, wenn der Herr vor einer Dame mit Händen in den Taschen steht. Der Herzog von Edinburgh hat sich angewöhnt, seine langen Arme hinter dem Rücken zu verschränken. Das ist eine wohldurchdachte Haltung, die ihn von allen Zufällen unabhängig macht und doch sowohl höflich wie frei wirkt. Aber Prinz Philip ist ungewöhnlich schlank. Ein Herr mit Embonpoint kann das nicht. Er muß eine andere fotogene und gut erzogen wirkende Position finden. Fast bleibt nur übrig, die Hände möglichst locker herunterfallen zu lassen.

Wenn Füße mitfotografiert werden, merkt es der Abgebildete nur ganz selten. Aber der Bildbetrachter sieht manchmal über dem Tisch ein beherrschtes Pokergesicht und darunter Füße, die sich verkrampft und geradezu in Spiralen um die Stuhlbeine winden. Selbst am Gang des Menschen kann der Betrachter leicht die Unsicherheit ablesen, die das Gesicht zu verbergen gelernt hat. Mühe scheint manchem Herrn auch die chevalereske tiefe Verbeugung zu machen. Der Filmschauspieler Peter van Eyck macht sie besonders fotogen, nämlich locker und elegant.

Manchmal muß der Betrachter falsche Schlüsse aus einem bestimmten Benehmen ziehen, das zwar korrekt war, auf dem Stückchen Fernsehfilm oder dem Pressebild jedoch anders erscheint. Da sah man z. B. auf dem Bildschirm den Staatsempfang für einen afrikanischen Präsidenten und dessen Frau. Die Gastgeberin plaudert mit dem weiblichen Ehrengast, während der Diener ihr ein Glas Sekt anbietet, das sie auch nimmt. Dann erst geht er mit dem Tablett zu der dunklen Dame, aber sie dankt. Hier schwenkt die Kamera auf ein anderes Motiv. Hunderttausende von

Bildbetrachtern dachten nun, die First Lady habe sich falsch benommen. Natürlich wußte diese, daß der Gast aus Afrika keinen Alkohol trinkt. Auf dem Bildschirm mußte dieser Szenenausschnitt aber zu Mißdeutungen führen. Schuld daran war wieder einmal die Diktatur der Technik. Sie läßt sich, wie wir wissen, nicht ganz ausschalten. Doch sollte der Agierende, wenn das rote Lämpchen aufleuchtet, dem Betrachter das Teilnehmen am logischen Ablauf möglichst zu erleichtern suchen. Das wirkt sich für den Abgebildeten günstiger aus. Manieren sind zwar ein Thema, das den modernen Menschen bei uns nicht mehr allzusehr beschäftigt. In manchen Ländern aber legt man noch Wert auf sichtbare Formen guter Erziehung. Es kommt also sehr darauf an, wo und in welchen Kreisen der Betreffende eine gute Bildpublicity haben will. Danach sollte er sich etwas richten.

Eine ältere Dame muß einen Behördenbesuch machen. Sie ist schon Tage vorher krank, denn sie geht nicht gern dorthin. Sie glaubt nicht an einen Erfolg, und tatsächlich hat sie auch keinen. Jeder ist von vornherein unliebenswürdig zu ihr, jeder ist froh, wenn er die gereizte, mißtrauische Frau zu einer anderen Stelle schicken kann. Triumphierend kommt sie zurück und sagt: «Ich habe gleich gewußt, daß ich nichts erreichen würde.» An einem anderen Morgen scheint herrlich die Sonne, das Frühstück hat geschmeckt, der Enkel hat nett geschrieben, und in dieser Stimmung geht die Dame noch einmal zur Behörde. Diesmal klappt alles. Ihre freundliche, zuversichtliche Stimmung überträgt sich, jeder hilft ihr gern.

Viele Menschen, vor allem die ausgesprochen sensiblen, übernehmen im Leben wie vor dem Bildschirm oft unbewußt die starke Mimik eines Gegenübers, seine Stimmung, sogar seine Stimmlage. Ebenso unbewußt reagieren Theaterbesucher auf die anstrengende Sprechweise eines Schauspielers. Ist seine Stimmlage zu hoch, zu rauh oder gequetscht, dann räuspern sich die Zuhörer oder husten. Spricht der Darsteller aber natürlich und entspannt, dann ist auch sein Publikum gelockert und zugänglich. Er hat es «in der Hand».

Die Ausstrahlung eines Menschen, die schon im Leben so stark reflektiert wird, verstärkt sich noch bei der Wiedergabe durch die Kamera. Jedes Modell muß also vor dem Fotografieren auch seine Stimmung kontrollieren, denn sie ist der Sender seiner Ausstrahlung.

Eine Ausstrahlung von originaler, eigener Persönlichkeit hat schon das Baby. Es behält sie so lange, bis sie ihm mehr oder minder energisch ausgetrieben wird. Daran sieht man, wieviel Individualität der Mensch von Geburt her mitbringt. Erst die Zivilisation verwischt derartige fotogene Züge. Man denke auch an die sympathisch-natürliche Ausstrahlung von Naturvölkern. Ob sie weinen oder lachen, sie sind immer fotogen, denn sie sind echt.

Die Ausstrahlung von äußerlicher Schönheit spielt heute in der Fotografie keine große Rolle mehr. Den Bildbetrachter interessiert nicht, ob der abgebildete Herr eine Glatze hat oder nicht, ob die Dame auf dem Bilde alt, jung oder zu dick ist, wenn sie nur fesseln, wenn sie nur überzeugend wirken.

Wer sein erstes Fernsehinterview hinter sich hat, weiß, wie Lampenfieber, Krampf und Nervosität auch einen ruhigen, sicheren Menschen plötzlich überfallen können. Es ist schwer, umgeben von Technikern mit desillusionierendem Lampenpark, vor Fernsehkameras und Operateuren zu stehen und zu wissen, daß einem im Augenblick der Aufnahme Millionen Menschen ins Gesicht, den Spiegel der Seele, blicken. Da hilft nur, sich vorzustellen, man spräche mit einem lebendigen, sehr sympathischen Partner; diese Autosuggestion verhilft einem tatsächlich dazu, daß man selbst Sympathie aussendet. Man denke nicht, die Zuschauer seien so weit entfernt wie etwa dann, wenn man von einem Podium aus direkt zu einem Publikum spricht: sie sind einem so nah wie das Aufnahmeobjektiv! Nervosität und Verkrampftheit fallen also vor der Kamera doppelt stark auf und müssen daher «wegkonzentriert» werden.

Verkrampftheit in der Körperhaltung überträgt sich als negative Ausstrahlung. Menschen, deren Berufsleben fordert, daß sie immer korrekt auftreten, z. B. Soldaten, Juristen, Ingenieure, viele Politiker und Beamte, haben vor der Kamera besondere Mühe. Gerade der zuverlässige, unbestechliche, aber auch unnachgiebige Typ bringt eine unmusikalisch wirkende Steifheit mit. Der Betrachter fühlt sich von solchen Bildern bedrängt und reagiert entweder, indem er unbewußt die gleiche Haltung annimmt, oder indem er – ebenso unbewußt – Abwehrstellung bezieht und damit von vornherein negativ eingestellt ist. Niemand wünscht aber, sich festlegen zu lassen, sondern jeder möchte so viel Bewegungsfreiheit behalten, daß Distanz und Spielraum für seine Phantasie – be-

sonders im anonymen, verdunkelten Raum – und für sein eigenes Urteil bleiben. Nicht jeder Bildbetrachter kann die Grenze zwischen Krampf und Ironie unterscheiden. Ironie mag in Ausnahmefällen – bei Intellektuellen – fotogen sein, aber sie schafft keine Freunde, sie verhindert Kontakt. Die nervöse Abwehrreaktion vieler Menschen vor der Kamera, besonders der Neulinge, erweckt oft den Anschein der Ironie. Schon im täglichen Leben sind die heruntergezogenen Mundwinkel nicht beliebt, in der Großaufnahme überspielt man damit Lampenfieber und Unsicherheit noch weniger überzeugend. Ähnlich liegen die Dinge bei dem Zeitgenossen, der auch im Sitzen so aussieht, als stände er ewig stramm; zusammengekniffene Lippen sagen genug. Lachen über sich selbst, schlagfertiger Witz, Charme und Herzlichkeit dagegen kehren als menschlich ungemein lebenswerte Züge auf dem Bild wieder. Selbst Schüchternheit ist fotogen, wenn man nicht versucht, sie zu verstecken oder gar durch Arroganz zu tarnen.

Man muß zwischen der Ausstrahlung, die ein Mensch von Natur aus hat, und derjenigen, die er bewußt einsetzt, unterscheiden. Dazu ein Beispiel: Eine hübsche Frau geht mit dem Vorsatz, alle Blicke auf sich zu ziehen, durch eine Gesellschaft, und niemand bemerkt sie; eine andere, die weder so elegant noch so jung noch so hübsch ist, erregt Aufmerksamkeit. Unbewußt, auf geheimnisvolle Weise, beunruhigt sie Männer wie Frauen. Sie hat nichts getan und hat doch durch ihre bloße Gegenwart die Gesellschaft in zwei Lager gespalten. Die erste hatte den krampfhaften Vorsatz, zu gefallen. Die zweite hatte keinerlei Absichten, aber eine starke natürliche Ausstrahlung. Ein Mensch, der nicht darüber hinauskommt, fortwährend gleichsam neben sich zu stehen und sich zu überwachen, wird unfrei, befangen und verschließt sich. Das Gegenteil ist richtig: Man soll *sich öffnen* und seiner natürlichen Ausstrahlung den Weg freigeben. Manche von uns kennen noch den Typ der alten Baltin,

die sich in einem Salon niederlassen konnte, ohne ein Wort zu reden, und dennoch durch ihr «beredtes Schweigen» zum Mittelpunkt des Interesses wurde. Es war die Ausstrahlung einer in sich ruhenden, festen Persönlichkeit. Ein Beispiel anderer Art gab Marilyn Monroe in dem Film *Manche mögen's heiß*. Von der Natur reichlich mit Sex-Appeal ausgestattet, verlieh sie ihrer Rolle zusätzlich die Ausstrahlung von «Dümmlichkeit mit Herz» (eine heute sehr selten gewordene Form gekonnten Schauspiels). Alle menschlichen Ausstrahlungen sind fotogen, so auch Männlichkeit und Weiblichkeit; man sollte sie nicht zurückhalten. Wieviel Reife strahlt mancher «ältere» Mensch aus, der den Mut zum Altsein hat. Wie schade, daß heute so viele Zeitgenossen mit aller Gewalt jung wirken wollen; das allein ist nicht «abendfüllend»!

Die Kunst, fotogen auszustrahlen, besteht also zu einem sehr wesentlichen Teil darin, die Hemmungen, Verkrampfungen und einengenden Vorurteile zu überwinden. Ein Mensch wirkt am besten, wenn er vor der Kamera *wie zu Hause* ist.

Aber jede bewußt eingesetzte Ausstrahlung muß vorsichtig dosiert werden. Wir wissen, daß die Kamera zur Übertreibung neigt. Mütterlichkeit darf also nicht in penetrante Gefühlsduselei, Männlichkeit nicht in eitle Gespreiztheit ausarten, und eine allzu «besitzergreifende» Selbstsicherheit löst bei vielen Bildbetrachtern Unbehagen aus. Die Grenze zwischen dem Zuwenig und dem Zuviel ist schmal.

Niemand hat von Natur aus ein so langweiliges, stumpfes Gesicht, daß es nicht normalerweise fesseln würde. Den meisten Menschen geht dieser Ausdruck erst dann verloren, wenn sie vor der Kamera stehen. Es geht also auch hier weniger darum, einen nicht vorhandenen Ausdruck zu manipulieren, als einen ursprünglich vorhandenen wieder sichtbar zu machen.

Die Koren der Akropolis lächeln unergründlich in die Ferne. Das Gesicht der Romanik, vergeistigt und erfüllt von strenger Askese, ruht in sich, während das der Gotik bereits auf ein Ziel gerichtet ist: zum Himmel. Das sinnenfreudige Auge des Barockmenschen suchte das profanere, doch näher liegende Ziel: die Erde. Auf dem Ausweisbild unserer Tage aber starrt der Fotografierte nur noch «ein Loch in die Luft».

Natürlich kann man nicht ein schwaches Foto den größten Leistungen der Kunst gegenüberstellen. Doch es ist eine Tatsache, daß heute die Fotografie an die Stelle der Porträtkunst getreten ist, und wir erkennen auf ihren Bildnissen: Immer näher ist das Ziel den Augen gerückt, immer begrenzter ist das Blickfeld geworden. Die Unendlichkeit scheint verstellt durch Wände, die der Blick nicht mehr durchdringt; er bleibt in doppeltem Sinn vordergründig, auf eine merkwürdige Weise veräußert und unbeteiligt.

Manchmal haben die Augen dabei den Partner als konkretes Ziel: z. B. bei Szenenaufnahmen im Fernsehen. Ist der andere sympathisch und frei von Lampenfieber, so ist es gut, ihn anzusehen. Irritiert er aber durch Nervosität oder eine andere unangenehme Ausstrahlung, dann ist es besser, sich einen ruhigeren Blickpunkt zu suchen. Viele wollen auf keinen Fall ihre Augen dem späteren Bildbetrachter vorenthalten, aber es ist schöner, wenn der Blick ruhig und konzentriert ist, als wenn er unstet durch die Gegend irrt. Man beobachtet auf dem Bildschirm manchmal, wie jemand beim Interview unsicher die Augen umherschwei-

fen läßt, wie er dann aber plötzlich vor sich hin schaut – und sofort konzentrierter wirkt. Obwohl der Betrachter die Augen selbst dabei kaum sieht, empfindet er doch Weite im Blick, Sammlung und Verinnerlichung, und auf einmal ist das Gesicht fotogen.

Ein überzeugender Blickpunkt kann ein Manuskript oder ein Buch sein (Abb. 82). Dabei muß der Abgebildete allerdings zwei Voraussetzungen erfüllen: Die Rolle des Lesenden muß zu ihm passen, und er muß auch wirklich *lesen* – und nicht nur auf das Buch schauen.

Mit «Sehen» allein einen fotogenen Gesichtsausdruck zu schaffen ist übrigens schwer, besser kombiniert man eine weitere Sinneswahrnehmung damit, z. B. das Hören (Abb. 81). Ich habe in meiner Praxis die beste Erfahrung damit gemacht, daß ich meinem Modell empfahl: «Stellen Sie sich vor, Sie sitzen in einem Konzert und hören konzentriert der Musik zu. Sie sitzen allein in einer Loge, und niemand beobachtet Sie.» Die Vorstellung, daß niemand dem Menschen zusieht, während er sich ganz in die Musik versenkt, ist sehr wichtig. Nur so nimmt er das Gehörte mit freien, gelockerten Gesichtszügen ganz in sich auf. Ob es sich dabei um eine klassische Sinfonie, um Jazz oder das «Schwarzwaldmädels» handelt, ist für den Erfolg völlig gleichgültig. Wer keine Musik hören mag, kann sich auch eine Stimme oder einen Ruf vorstellen. Richtiges Zuhören sieht überzeugend aus, wenn es so wirkt, wie das der Mitglieder der UNO-Vollversammlung, die durch Kopfhörer einer übersetzten Rede lauschen. Wenn man sich das vorstellt, wird einem der Unterschied zwischen dem scheinbaren Hören und dem wirklichen Zuhören klar.

Auch andere Sinneswahrnehmungen, z. B. Riechen oder Fühlen, kann man im Gesichtsausdruck wiedergeben. Es kommt darauf an, auf welche dieser Wahrnehmungen man am leichtesten reagiert. Manche Menschen stellen sich ein komisches oder nettes Bild oder eine Szene vor,

z. B. das verwunderte Gesicht eines Waschbären, der einen Keks vor dem Fressen so lange wäscht, bis er sich ganz aufgelöst hat. Der Widerschein einer solchen Szene auf dem menschlichen Gesicht macht außerordentlich fotogen; es ist heiter und entdramatisiert. Überhaupt wäre es schön, könnte man zum Fotografieren ein nettes kleines Kind oder einen Hund mitnehmen (allerdings müßte es dann nicht eine exzentrische Hundediva, sondern ein vernünftiger Hund oder sogar ein Bastard sein). Solche unkomplizierten Wesen neutralisieren die Nervosität und tragen zur Entspannung bei. Die Mutter oder die andere Eehälfte sind dagegen keine Hilfe beim Fotografieren. Ihre kritischen Ermahnungen («Sei mal ein bißchen freundlich, und sitz gerade!») sind zwar gut gemeint, versteifen aber das Modell nur noch mehr.

Wenn mich jemand bittet, ihn lachend zu fotografieren, frage ich zuerst: «Können Sie denn lachen?» Es ist nämlich viel schwerer, fotogen zu lachen, als ernst zu sein oder zu weinen. Witzeerzählen hilft nichts, das Lächeln bleibt gequält. Bei einem herzhaften, gelösten Lachen muß das Modell von innen heraus selbst «mitarbeiten». Aus dem angelsächsischen Raum kommt eine simple, aber brauchbare Methode, auf einem Pressebild freundlich auszusehen: man sagt «Cheese». Das Lächeln, das dabei herauskommt, ist ein wenig vordergründig und unpersönlich, aber es ist vielleicht ein Beginn. Man kann es steigern, sich bei den Versuchen über sich selbst amüsieren und dann echter lachen. Die Situation ist ja komisch genug.

Der Ursprung des richtigen Lachens und der inneren Heiterkeit scheint nicht im Kopf zu sitzen, also nicht da, wo der Verstand steuert, sondern tiefer. Ich habe einen bekannten Regisseur einem Schauspieler zurufen hören: «Mensch, Sie lachen ja immer aus Ihrem Gehirn, das ist falsch! Lachen Sie mal richtig aus dem Bauch! Überzeugendes Lachen muß aus dem Leib herauf, nicht aus dem Kopf kommen!» Als Fotografin

kann ich da nur beipflichten. Niemals kann eine mimische Grimasse innerliche Beteiligung vortäuschen. Kein Bildbetrachter ist dadurch zu erwärmen. Wie beim guten Schauspiel darf auch in der Porträtfotografie kein Gesichtsausdruck gewollt wirken, er muß erlebt sein. Kein Mensch sollte sich aber im Augenblick des Fotografiertwerdens unnötig damit aufhalten, schnell die Lippen zu befeuchten, die Gesichtsfalten zurechtzulegen oder Stäubchen abzulesen. Das alles sind Äußerlichkeiten, die nicht mehr die geringste Rolle spielen und vom natürlichen Gesicht nur weiter wegführen, dessen Ausdruck ja nicht aufgesetzt, sondern erlebt sein soll.

Hier übrigens noch ein bewährter Tip für einen lebendigen Gesichtsausdruck beim Standfoto: kurz vor der Aufnahme das Gesicht schnell noch einmal wegrehen und wieder in die Kamera schauen. Das frischt den müden Warteblick auf – allerdings nur für einen Augenblick, und der Fotograf muß sogleich abdrücken.

Wie sich die Ausstrahlung eines Menschen auf den Partner überträgt, so findet man als Echo auch den eigenen Gesichtsausdruck wieder. Ist der eigene Ausdruck unfrei und muffig, reagiert der Partner ebenso. Lacht man ihn an, lacht er – befreit, aufatmend – wieder. Voraussetzung dazu aber ist, daß man die Stimmung, in der man das Publikum haben möchte, *als erster* ansteckend verbreitet. Auf so einfache Weise läßt sich jeder Bildbetrachter lenken: Ganz gleich, was für ein Gesicht er macht – immer *als erster* ernst sein, wenn der andere albern ist, ihn *als erster* anstrahlen, wenn man ihn heiter haben will!

Das richtige Spiegeln

Das einfachste, zuverlässigste und diskreteste Mittel, sein Äußeres zu kontrollieren und kameragerecht zu machen, sind zwei Spiegel.

Der eine von beiden ist meistens auch in der kleinsten Wohnung vorhanden, es ist der über dem Waschbecken angebrachte Gesichtsspiegel mit Kunstlichtbeleuchtung von oben. Der andere ist ein Figurspiegel mit möglichst seitlichem Tageslicht. Der Gesichtsspiegel macht den Menschen schöner, als er ist, der Figurspiegel häßlicher. Wer sich also am späten Abend noch für eine Festlichkeit oder einen Auftritt in der Öffentlichkeit zurechtmacht, mag zuletzt noch einmal das gelblich bis rosenrote, schmeichelnde Kunstlicht über die übermüdeten Züge leuchten lassen und aus dem Anblick, den der Gesichtsspiegel bietet, die notwendige Portion Selbstbewußtsein mitnehmen; vorher sollte man aber den Figurspiegel zu Rate gezogen haben, der alle Falten und Querlinien übertreibt, alle Fehler der Figur, an denen ja oft nur die Kleidung schuld ist, die man jetzt noch korrigieren kann, deutlich hervortreten läßt.

Der Gesichtsspiegel dient vor allem dem Make-up. Geeigneter dafür als der Spiegel im Bad ist ein Schminktisch mit verstellbarem Spiegel, auf den man beim Zeichnen der Lippen- und Augenkonturen den Arm fest aufstützen kann. Dabei muß beachtet werden, daß der Spiegel die richtige Ebene hat, sonst herrscht bei zu starker Schrägstellung leicht so viel Sicht von unten, daß die Oberlippe auf dem späteren Bild zu schmal erscheint. Sie muß also aus den verschiedenen Blickrichtungen, die später möglicherweise die Kamera haben wird, und außerdem beim Lachen kontrolliert werden (Abb. 127 und 128).

Der Spiegel über dem Waschbecken hängt fast immer zu hoch. Die Handwerker pflegen sich nach ihrem eigenen Körpermaß zu richten, wenn sie ihn anbringen. Er sollte jedoch so hängen, daß man sich vom Scheitel bis zur Brust darin sehen kann. Ist der Größenunterschied zwischen dem Herrn und der Dame des Hauses ziemlich groß, ist es

B
en

zweckmäßig, zwei Gesichtsspiegel anzuschaffen. Es ist zu wichtig, als daß man auf die Dauer mit einem Kompromiß auskommen könnte. Im Idealfall hat der Spiegel oben über der Mitte zwei Lichtquellen nebeneinander. Die eine ist die übliche 60-Watt-Birne mit Kunstlicht, die andere eine bläuliche Tageslichtbirne. Wenigstens die Kunstlichtbirne sollte ganz genau in der Mitte über dem Schminkspiegel befestigt sein. Sie gibt dann gerades Oberlicht. Das ist wichtig beim Schminken der Lippenkonturen, die leicht schräg ausfallen, wenn etwas Seitenlicht besteht (Abb. 88 und 89). Die normale Kunstlichtbirne verbreitet ein rosa-gelbliches Licht, wie es ähnlich auf der Bühne, im Festsaal, im Fotoatelier und in den Fernsehstudios herrscht. Der bei dieser Beleuchtung als richtig empfundene Schminktön stimmt auch dann noch, wenn Pressefotografen bei vorhandenem künstlichem Raumlicht mit langer Brennweite Live-Fotos machen; nicht aber, wenn mit Blitzlicht fotografiert wird (Abb. 49 und 50), und ebenfalls nicht bei mittlerem Tageslicht. Dann nämlich muß auch das Make-up bei bläulicherer Beleuchtung geschminkt werden. Dafür ist die Tageslichtbirne über dem Gesichtsspiegel da. Erfahrene Modelle, die mit Blitzlichtaufnahmen rechnen müssen, schminken sich entweder im direkten Tageslicht oder, falls es zu dunkel ist, bei der Tageslichtbirne.

Dieser Gesichtsspiegel ist auch ein notwendiges Requisit für die Frisur- und Rasurkontrolle des Herrn, er ist auch noch beim Kämmen und Hutaufsetzen für die Dame brauchbar, doch sollte man in ihm niemals einen neuen Hut oder eine neue Frisur ausprobieren. Dazu bedarf es eines Spiegels, in dem man seine ganze Figur sehen kann. Man muß nämlich den Körper in seinen vorteilhaftesten und ungünstigsten Proportionen und möglichst mit etwas «Luft» ringsherum sehen können, wenn man Frisur, Hut und Kleidung in ein ausgewogenes Verhältnis bringen will.

Der längliche Figurspiegel ist ein sehr wichtiger Freund und Ratgeber für alle, die fotogen werden wollen, auch wenn er manchmal etwas schwierig unterzubringen ist. Aber in jeder Wohnung läßt sich ein Platz finden. Man kann ihn entweder durch einen Wandteppich oder durch ein Bild kaschieren, wenn es nicht möglich ist, genügend Abstand zu einem Kleiderschrankspiegel zu gewinnen. Da er die Fehler der Figur und ihrer Haltung drastisch hervorheben soll – sonst nimmt man sie nicht ernst genug –, muß er so placiert sein, daß der sich Spiegelnde vor hellem Hintergrund steht (Abb. 84 bis 87). Eine weiße Wand oder Tür findet sich dafür wohl immer. Am besten kann man die Figur kontrollieren, wenn nichts die Silhouette zerreißt. Vor dunklem Grund fallen schlechte Seitenlinien zu wenig auf. Das ist eine gefährliche optische Täuschung. Man muß aber den Nachteil eines Kleides schon im Spiegel klar erkennen können, denn man weiß ja nicht im voraus, ob man vor hellem oder dunklem Grund fotografiert werden wird. Man rechnet also am besten immer mit dem grausamsten Hintergrund: dem hellen.

Die Maße solch eines Spiegels und des Raumes, der einem davor zur Verfügung steht, brauchen nicht groß zu sein. Wenn man im ungünstigsten Fall nur einen Meter Abstand von ihm hat, sieht man sich ja immer noch im Abstand von insgesamt zwei Metern. Dafür braucht der Spiegel, in dem man sich mit einer Normalfigur ganz sehen will, nur etwa 90 cm hoch und 25 cm breit zu sein. Meist hat man aber viel mehr Abstand, und der Spiegel kann ein entsprechend kleineres Format haben. Er sollte senkrecht an der Wand hängen und nicht, wie früher der Trumeau, oben von der Wand abstehend nach vorne geneigt sein. Sonst gibt er verzeichnete und verkürzte Linien wieder. Schauspieler können allerdings sehr gut einen nach oben oder unten schwenkbaren Spiegel gebrauchen, um zu kontrollieren, wie sich ihre Kostüme aus der Parkett- oder der Balkonperspektive ausnehmen. Das kann manchmal, besonders

bei Frauen auf der Bühne, sehr wichtig sein. Der Spiegel zeigt, ob Figur und Kleidung die Blicke von links und rechts, unten und oben, vorn und hinten «aushalten» können.

Mir fallen im Straßenbild sofort die Frauen auf, die ihre Kleidung nicht im großen Spiegel auf ihre Figur abgestimmt haben. Bei ihnen herrscht in den Relationen von Kleidung, Figur und Frisur der reine Zufall. Im Privatleben kann das gleichgültig sein, vor der Kamera aber wirkt es sich sehr unvorteilhaft aus. Es geht also nicht ohne die Kontrolle im Figurspiegel. Gerade er zeigt genau, wie z. B. der weite, manchmal sogar quergestreifte Rock, der in der Auslage so schick wirkte, die Hüften verbreitert und die Figur kürzend durchschneidet, oder wie ein gerades, enges Kleid einen vorhandenen Bauch, der bei Vorderlicht gar nicht zu sehen ist, bei Seitenlicht betont. Im Figurspiegel kann man erst richtig einen falschen Büstenhalter oder infantil wirkende Schultern gegenüber einem «Wasserkopf» (solche Oberlastigkeit entsteht leicht bei zu mächtiger Frisur) erkennen, und man empfindet genau, ob es besser ist, die Gürtellinie höher oder tiefer zu legen, und ob durch die Versetzung der Gürtellinie nach oben – die zwar die Beine optisch längt – nicht der Oberkörper zu kurz erscheint.

Herren pflegen bei der Anschaffung eines Anzugs oder Hutes seltenerweise viel kritischer als Frauen das Für und Wider «auszuspiegeln». Bei ihnen findet man viel seltener als bei Frauen oberlastige Köpfe und Frisuren, einen zu kleinen oder zu gewaltigen Hut oder zu lange Jacketts, die kurze Beine machen. Die Dame sollte den Hut, bevor sie ihn kauft, unbedingt vor dem Figurspiegel aufprobieren und sich auch beim Friseur nicht mit einem Blick in den Gesichtsspiegel begnügen. Der fotogene weiße Frisierumhang, der alle eventuell störenden figürlichen Nachteile verbirgt, gibt eine falsche Vorstellung davon, wie die neue Frisur zur ganzen Figur wirken wird. Der hübsche ovale Spiegel

beim Coiffeur kann bestenfalls zur technischen Kontrolle der Arbeit des Friseurs dienen, keinesfalls aber zur Beurteilung einer proportional richtigen Haartracht.

So wie der Spiegel übertreibt später auch die Kamera. Deshalb kann der Figurspiegel zu Hause schon so etwas wie eine Probeaufnahme sein. Wenn man alle Fehler der Figur, die sich beim Spiegeln mit Seitenlicht herausstellen, erkennt, das heißt, sich eingesteht, und sie abstellt oder «etwas aus ihnen macht», dann kann im späteren Live-Licht nicht mehr viel schiefgehen.

Der Mann vor der Kamera

Im allgemeinen fotografiert sich ein Mann leichter als eine Frau. Wenn er fähig ist, in der Öffentlichkeit eine Rolle zu spielen, pflegt er auch Mut und Profil mitzubringen. Sein Beruf hat meist schon einen bestimmten Typ aus ihm gemacht, und sein Gesichtsausdruck ist sicher und entschieden. Die Herrenkleidung ist weniger kompliziert als die der Damen, und Herrenfrisuren können niemals so viel Ärger verursachen wie die oft unerträglich ablenkenden, ungeschickten Haartrachten der Frauen.

Die Frau setzt in der Fotografie wie im Leben mehr ihre Figur ein, der Mann mehr seinen Kopf, vorausgesetzt, daß beides vorhanden ist. Die Figur eines Mannes ist trotzdem auf der Fotografie nicht nebensächlich, in bestimmten Fällen kann sie sehr wichtig sein, aber sie wird durch die Herrenkleidung etwas neutralisiert. Obwohl der Mann im allgemeinen auf der Fotografie – außer bei Spielfilmen – weniger mit der Figur «arbeitet», muß sie doch auch oft erst fotogen gemacht werden. Der Dünne kann zwar durch die Kleidung schnell zum «Schrank», zum Athleten geschneidert werden, aber das nutzt nichts, wenn er einen zu kleinen Kopf auf den massigen Schultern trägt. Das männliche Modell muß also vor seinem Figurspiegel das Verhältnis von Figur zu Frisur sorgfältig prüfen. Hier muß nochmals ausgesprochen werden, daß auch der Mann sich beim Spiegeln unbedingt einen ruhigen, möglichst hellen Hintergrund beschaffen sollte, sonst sieht er seine figürlichen Nachteile nicht deutlich genug. Immer wieder begegnen einem Herren mit guter Figur, die sich kurzhalsig anziehen und gegenüber engen Hosenbeinen viel zu breite Schultern zeigen. Die bildenden Künstler verstehen am meisten von richtigen Proportionen (Abb. 92).

Der Anzug des Herrn darf für die Fotografie nicht zu eng sein. Jede noch so leise Spannung über dem Bauch betont diesen bereits und hebt ihn plastisch hervor. Fotografisch am schlanksten wirkt immer die locker gearbeitete Kleidung. Selbst vor hellem Hintergrund kann darin eine

heikle Linie niemals den Eindruck erwecken, als wäre der Mann in seinen Anzug hineingepreßt und eingenäht worden. Leider ist die Herrengarderobe weniger für das Sitzen als für das Stehen geschnitten. Manche Herren, die damit rechnen müssen, im Sitzen fotografiert zu werden, lassen sich daher einen «Sitzanzug» schneiden. Auf jeden Fall empfiehlt sich, eine vorteilhafte Sitzhaltung vor dem Figurspiegel zu üben, d. h. auszuprobieren, wie man in der allerschlechtesten Sitzhaltung aussieht. Nur so kann man erreichen, daß man auf dem Bild eine gute Figur macht.

Nicht nur kleine Männer möchten größer aussehen, als sie sind, große möchten auch nicht gern «verkleinert» werden. Hochgewachsene Männer sind immer stolz auf ihre Figur und wollen sie auf dem Foto natürlich zeigen. Sie merken meist gar nicht, daß sie dem Bildbetrachter, wenn er keinen Vergleichsmaßstab hat, gar nicht so groß erscheinen. Erst recht ist der zu kurz geratene Mann auf Länge erpicht. Hohe Absätze kann er leider nicht tragen; dicke Sohlen machen unelegant und schwerfällig. Es gibt aber einen Kniff, um bei solchen Steh-Interviews möglichst groß zu erscheinen: Man vertreibt die langen Zeitgenossen und sammelt ein paar kleinere um sich, dann ist man selbst der größte!

Das Publikum sieht gewöhnlich über Mängel der Statur hinweg. Es interessiert sich weder für die Glatze noch für die Körpergröße eines Mannes, jedenfalls dann, wenn es durch andere Eigenschaften gefesselt wird. Ein interessanter «Kopf» macht alle Unvollkommenheiten unwichtig.

Die Herrenkleidung ist in unserer Zeit so ruhig, daß sie eigentlich nicht vom Wesentlichen, nämlich vom Gesicht, ablenken kann. Das ist ihr großer Vorteil. Sie ist oft sogar *zu* ruhig, und das ist manchmal ihr Problem. Auch Anzüge müssen Wärme und Charme haben. Fotogene Stoffe sind Flanell und Fresko. Sie haben auch «guten Fall». Ebenso

geeignet sind weiches Leder, gestrickte Jacken und Pullover. Dagegen fotografiert sich grobwebte, schwere Seide, die auf der Bühne und bei festlichen Gelegenheiten so sehr attraktiv aussieht, wie starres Sacktuch. Popeline wirkt, besonders bei Seitenlicht, schnell zerknittert. Glenchecks oder gestreifte Kammgarne erscheinen fotografisch leicht spröde. Sie eignen sich aber dann, wenn der Dargestellte den technischen Charakter seines Berufs hervorheben will (Abb. 95).

Eine Katastrophe, fotografisch gesehen, ist der Frack. Er erschlägt mit seinem tiefen Schwarz und dem blendenden Weiß des Frackhemds oft den weniger harten Ton des Gesichts. Auf dunklem Grund verschwindet der Frack zwar, und der Kopf kommt gut heraus, aber das Zentrum des Bildes bleibt der «Scheinwerfer», das weiße, steife Hemd (Abb. 93).

Wenn dagegen ein Frack so elegant aussieht wie der von Herbert von Karajan, die überschlanke Figur betont und doch dem Dirigenten die Bewegungsfreiheit läßt, dann ist er gegen alle Regeln fotogen. Aber so etwas ist selten. Unvergleichlich fotogener sind die dunklen Gewänder der Geistlichen (Abb. 91). Die weißen Kittel der Ärzte und mancher bildenden Künstler, sofern sie, vor ebenso hellem Hintergrund fotografiert, alle Aufmerksamkeit auf das Gesicht lenken, sind fotogen (Abb. 90). Es läßt sich kein besserer Rahmen für den Kopf denken als eine schlichte Tracht. Daß auch viele Uniformen fotogen im Sinne der Porträtfotografie sind, sagten wir schon.

Aus naheliegenden Gründen fotografiert sich auch alle sportliche und unkonventionelle Kleidung gut. Sie überträgt ihre Unbeschwertheit auf den Menschen und macht ihn gelöst und privat. Natürlich wirkt man darin nicht unbedingt «angezogen»; man darf den Zweck einer Aufnahme also nie aus dem Auge verlieren.

Ein junger Bohemien trägt, was ihm gerade Spaß macht. Ist ein Architekt oder ein anderer Künstler aber arrivierte, wird er zwar eine

gewisse persönliche Kleidung nicht aufgeben, wohl aber die allzu betonte Nonchalance. Werden seine Honorare höher, wird er auch auf seinen Fotos «teurer» aussehen müssen. Picasso kann sich natürlich leisten, bei jeder Gelegenheit nur das zu tragen, was er will.

Hemden von dunkler Farbe, die fotografisch sehr angenehm sind, weil sie nicht unter dem Doppelkinn reflektieren, werden leider nur in Künstlerkreisen gern getragen. Dabei ist gerade ein graues oder sogar schwarzes Hemd mit hellerer Krawatte ein sehr individueller und auch fotogener Anzug.

Diejenige Krawatte fotografiert sich am besten, die am wenigsten Eigenleben aufweist. Breite, auffällige Querstreifen und andere starke Muster lenken sehr von der Hauptsache, dem Kopf, ab und sind nur dann fotogen, wenn sie als gezielt eingesetzte Pointe gedacht sind (Abb. 140). Die dezenten Muster, speziell die italienische Seidenkrawatte, setzen dagegen einen unaufdringlichen Akzent. Ebenfalls heiter und jung machend und doch sehr persönlich wirkt der Querbinder.

Ein Kopf, der halslos auf den Schultern zu sitzen scheint, ist unschön, denn er macht die Figur untersetzt, unsportlich und etwas bucklig. Deshalb müssen von Natur aus untersetzte Herren vorsichtig mit Halstüchern sein. Bei ihnen ist höchstens ein schmales Tuch angebracht, auf keinen Fall Stoffülle, also kein dicker Wollschal. Ein Wort noch zur Weste: Aus gleichem Stoff wie der Anzug, wirkt sie konventionell und weniger anziehend als «angezogen». Um so attraktiver sind andersfarbige, karierte oder hellgraue Westen, die einen angenehmen Übergang zwischen der meist harten Hemdfarbe und dem dunklen Jackett herstellen; Bundespressechef Max von Eckardt z. B. trägt sie gern.

Herrenhüte und -mützen fotografieren sich immer gut, selbst die üblichen Formen: der graue Straßenhut, die Baskenmütze und die Reisemütze (Abb. 97). Sogar Zylinder und halbsteife Hüte machen gute,

markante Köpfe. Alle Arten von Helmen der Berg- und Stahlarbeiter und der Soldaten in aller Welt sind ebenso fotogen wie die Uniform und die Arbeitskleidung, die dazu gehören. Weil sie ruhig wirken, kommt das Gesicht besonders gut zur Geltung.

Eine wichtige Rolle bei der Kunst, fotogen zu sein, spielt auch die Frisur. Der Mann hat zwar nicht so große Möglichkeiten wie die Frau, seine Frisur individuell zu gestalten, aber auch er muß sie genau überlegen. Es gibt nämlich eine ganze Reihe männlicher Haartrachten, die manch gutes Gesicht nichtssagend und langweilig machen. Männer gehen oft ihr Leben lang zum gleichen Friseur, der, ohne daß sie etwas zu sagen brauchen, weiß: «Wie immer!», und dann wundern sich diese Herren, wenn sie in der Öffentlichkeit keinen genügend unverwechselbaren Kopf haben. Da muß einmal Position bezogen werden, denn das Profil eines Mannes wird ganz wesentlich von seiner Frisur bestimmt.

Die Lockentolle macht weicher und sentimentaler als glattes Haar; sie kann sich für den Träger niveaudrückend auswirken, sofern nicht ein ganz besonders hervorstechendes Profil und eine starke Persönlichkeit diesen Eindruck aufheben. Bei uns haben sich in den letzten Jahren klare, sogar etwas nüchterne Frisuren durchgesetzt. Sie sind viel fotogener als die unkonturierte Tolle (Abb. 98 und 99). Das bedeutet aber nicht, daß es das ganz glatte, sorgsam gescheitelte Haar leichter hätte, anzukommen. Es wirkt manchmal zu «geleckt», zu akkurat. Das breite Publikum ist sehr schnell mit dem Urteil bei der Hand, daß der betont gepflegte Herr, tadellos gekleidet und frisiert, nicht sehr viel für die Sorgen des «einfachen Mannes» übrig habe. Er hat es mit der Popularität mitunter schwer (Abb. 100). Darum machen sich manche Männer, die wissen, daß sie leicht brav, humorlos, streng oder auch sentimental

wirken, die aber auf keinen Fall so wirken wollen, absichtlich eine etwas burschikose Frisur (Abb. 102). Männlich und äußerst fotogen ist der sogenannte «Stiftekopf», die «Bürste», die schon einmal um 1912 modern war und jetzt über Amerika wieder zu uns gekommen ist. In der jungen Generation ist sie so beliebt, daß man sie schon als das Bild einer – typisch westlichen – Weltanschauung bezeichnen kann. Gewaltige Mähnen waren früher das Kennzeichen des Künstlers und des Privatgelehrten (z. B. Franz Liszt, Theodor Mommsen). Heute belächelt man sie und findet sie weltfremd.

Künstler von heute dagegen lieben inzwischen auch Ponyfrisuren, die übrigens ein Privileg besonders der bildenden Künstler geworden zu sein scheinen (Abb. 63 und 90).

Jeder Mann ist immer tief bekümmert, wenn er sich bei zunehmendem Haarausfall mit dem Gedanken an eine Glatze vertraut machen muß. In Wirklichkeit ist aber die Glatze eine der fotogensten Frisuren. Die Fotografen sind geradezu glücklich, wenn sie einen ganz kahlen Schädel fotografieren dürfen. Der Tänzer Harald Kreutzberg (Abb. 135) ließ sich schon in jungen Jahren das Haar abrasieren, weil er mit dieser «Maske» besser seine Gestalten typisieren konnte. Der Filmschauspieler Yul Brynner verdankt der Glatze seine Entdeckung. Niemand hatte bis dahin gemerkt, daß er ein guter Schauspieler ist; erst durch die Glatze fiel er auf und machte eine Weltkarriere, bei der es schließlich gleichgültig wurde, ob er sich wieder Haare wachsen läßt oder nicht. Im allgemeinen stört die Glatze nur ihren Besitzer, nicht den Bildbetrachter (Abb. 101). Einzig beim Fernsehen zeigt sie einen gewissen Nachteil. Die Beleuchter nämlich haben sich angewöhnt, haargenau auf die oberste Stelle einen Scheinwerfer zu richten; das müßte nicht so sein. Auf die Gefahr hin, daß es mir die Beleuchter übelnehmen, möchte ich doch empfehlen, vor der Fernsehkamera eine vorhandene Glatze

durch dunklen, stumpfen Puder zu neutralisieren, um dem «Mond» seine dominierende Wirkung zu nehmen.

Die Form ist bei der Herrenfrisur natürlich auch wichtig. Meistens ist eine Längung mehr angebracht als eine Verbreiterung, da ja die Kamera (besonders im Fernsehen) noch in die Breite übertreibt. Man hält also einen runden Kopf an den Schläfen möglichst schmal, vorausgesetzt, daß die Ohren nicht abstehen. Einen sehr langen Kopf darf man nicht noch spitzer machen, sonst gibt es den Typ «Zangengeburt». Bei dieser Kopfform sieht eine etwas eckige, kurze Frisur am besten aus. Alles das wird ebenfalls am zuverlässigsten vor dem Figurspiegel ausgewogen.

Fotogen sind in unserer Zeit ein Vollbart und ein Backenbart. Die Menschen auf der Straße drehen sich danach um, und auch in der Bildpublicity verleiht er Unverwechselbarkeit. Allerdings gilt diese Fotogenität bei jungen Männern als etwas vordergründig und äußerlich. Der Bärtige muß bald mit Taten aufwarten, wenn er nicht Gefahr laufen will, als eitel zu gelten, denn es ist bekannt, wie viele Minderwertigkeitskomplexe bei Unsicheren hinter einem Bart versteckt werden. Bei einer Persönlichkeit von Format wirkt er ohne weiteres überzeugend (Abb. 73). Ebenso fotogen ist das dünne Lippenbärtchen, das nichts kaschiert, aber doch eine sehr persönliche Linie zieht, auch wenn sein Träger bei manchen Betrachterschichten in unserem Lande den Anschein erweckt, als wäre er ein flotter Gesellschaftslöwe. Auf den Britischen Inseln dagegen gilt er durchaus als kreditwürdig.

Ein spezielles Problem ist, wie schon an anderer Stelle gesagt, bei manchen Herren der bläuliche Schimmer der Rasur, der auch nach frischer Morgentoilette auf der Fotografie noch sichtbar ist. Besonders dunkle Männer wirken oft auf den heute gebräuchlichen fotografischen

Schichten geradezu unrasiert. Da hilft nur das Wegschminken. Herren, die schon in Fernsehstudios der USA gestanden haben – und zu denen zählt der größte Teil der politischen Prominenz –, weigern sich denn auch nicht, weil sie es kennen. Nur der Neuling sagt: «Ich schminke mich nicht! Ich bin doch kein Filmstar!» Darauf kann man eigentlich nur antworten: «Ich merke, Sie haben noch nie vor einer Fernsehkamera in Amerika gestanden. Selbst der Präsident läßt sich dort nämlich schminken, wenn es nötig ist.»

Eine andere störende Erscheinung ist die unangenehme Blendung durch das weiße Hemd, das bei Kunst- oder Blitzlicht die vielfache Lichtmenge auf Hals und Kinnpartie reflektiert. Man kann sich dagegen schützen, indem man zur Aufnahme ein graues oder bläuliches (Blau kommt ja dunkel!) Hemd trägt, das dann bei starker Beleuchtung noch immer weiß erscheint, ohne aber zu reflektieren. Meistens kann sich der Herr im Fernsehstudio ein dunkleres Hemd anziehen; sonst muß er auch am Hals dunkler geschminkt werden. Da manchmal das makellose weiße Hemd dabei auch sein Teil abbekommt und er möglicherweise den Tag mit einem angeschmutzten Hemd verbringen muß, ist es durchaus zweckmäßig, sich für Aufnahmen mit Kunstlicht ein getöntes Hemd anzuschaffen.

Schmuck trägt ein Mann außer dem Ehering – und selbst der ist noch sehr privat – auf der Fotografie hoffentlich nicht. Schon ein gewöhnlicher Herrenring mit Stein zieht den Blick unwillkürlich an. Er kann sogar protzig bis eitel wirken, sein «Einsatz» muß also sehr genau überlegt werden. Der Gentleman braucht keinen Ring, um elegant zu wirken. Bei älteren Herren, etwa in Wien oder Paris, sieht man öfter eine Nelke im Knopfloch des hellen Vormittagsanzuges. Das ist eine fotogene, heitere Note im grauen Alltagsbild. Leider trifft man solche Modelle nur

noch sehr selten. Ebenso finde ich eine Perle in der Krawatte fotografisch attraktiv. Sie wird ebenfalls nur noch von wenigen Herren getragen.

Von Abzeichen am Revers ist abzuraten. Sie sind fast immer zu klein, um erkennbar zu sein, und lenken gerade deshalb unnötig lange den Blick eines Betrachters auf sich, weil er wissen will, was das Abzeichen bedeutet. Man muß mit der Unschärfe rechnen. Klare Formen mögen also angehen, aber nicht solche Abzeichen, die ein kompliziertes Symbol zeigen. Anders ist es mit Orden, weil sie meist größer sind. Auch die Ordensschärpe ist sehr blickfangend. Ihre kräftigen Farben werden aber kaum wiedergegeben, und fast nie sieht man einen Anzug, der für die Schärpe konstruiert wurde. So sitzt sie immer ein wenig zufällig und betont leicht den vorhandenen Embonpoint.

Der Herr hat gewöhnlich mehr Mut zur Brille als die Dame. Er glaubt, daß sie sein Gesicht bedeutender, energischer und auch geistiger mache. Nicht immer aber macht eine wuchtigere Brille auch desto bedeutender. Wenn man die Hälfte der Wangen im Brillenglas sieht und nichts mehr von den Augenbrauen und den Schläfen, ist der «Apparat» unproportioniert groß und verfehlt seine positive Wirkung. Es ist immer am günstigsten, den Grauwert der Haarfarbe im Grauwert des Brillengestells zu wiederholen. Auffällig gemusterte oder besonders dick geformte Gestelle wirken gelegentlich *overdressed*, wie die Engländer sagen.

Individuell typschaftend ist der Zwicker (Molotow), die Nickelbrille (Bert Brecht) und das Einglas (Abb. 138). Alle drei sind seit langem nicht mehr in Mode und sogar zu einem Ausdruck umstrittener Weltanschauungen geworden. Es gehört also Mut dazu, sich zu diesen Formen zu bekennen, doch kann man sicher sein, daß sich das so pointierte Gesicht dem Betrachter für immer einprägt.

Attraktiv und modern sind alle dunklen Brillen, ob sie nun zur Tarnung eines Augenfehlers, als Sonnenschutz oder nur aus Angabe ge-

tragen werden. Sie wirken fotografisch etwas in Richtung «Filmheld». Auch wenn man diesen Eindruck absichtlich erwecken will, sollte man keine allzu dunkle Brille wählen, denn der Bildbetrachter sieht nicht gern schwarze Löcher statt der Augen. Fotogen sind Gläser, die nur 25 Prozent Blendschutz haben. Sie wirken noch immer modisch und ein wenig geheimnisvoll, irritieren den Betrachter jedoch nicht allzu sehr, da der Augenausdruck gerade noch erkennbar bleibt.

Die Frau vor der Kamera

Frauen «arbeiten» also im Gegensatz zu Männern etwas mehr mit der Figur, selbst wenn sie von Natur aus ein schönes Gesicht haben, das allein schon genügend Anziehungskraft ausübt. Die weiblichen Formen sind nun einmal fotogen.

Die Eifersucht der Frauen aufeinander, auf ihre Erscheinung und Wirkung, spielt in der Bildwerbung unterschwellig eine so bedeutende Rolle, daß gerade für eine Frau, die fotogen werden will, die ständige Gefahr besteht, ihr weibliches Publikum eifersüchtig zu machen. Das muß sie unbedingt vermeiden, wenn es ihr darauf ankommt, möglichst viele Sympathien für sich zu gewinnen. Andererseits kann man von keiner Frau verlangen, daß sie ihre gute Figur verbirgt, nur um keinen Neid zu erregen. Die Frau ist so konstruiert, daß das Weibliche in Form und Linie, ob sie will oder nicht, zu sehen ist. Es gibt indessen Fälle, in denen es angebracht wäre, das Weibliche etwas zurückzunehmen. Im allgemeinen aber ist sogar eine Wissenschaftlerin bei ihrem Auditorium beliebter, wenn sie etwas Mütterliches ausstrahlt, als wenn sie geschlechtslos oder gar maskulin erscheint.

Auf Mütterlichkeit und Gemüt reagieren Frauen überhaupt weniger allergisch. Daher erwerben sich mollige Figuren schnell die Gunst weiblicher Bildbetrachter, und nicht nur dieser. Auch der kühlsche Intellektuelle empfindet im tiefsten Herzenswinkel etwas für den Typ der «Glucke» und wird von ihrer Wärme, ihrem «Verständnis für alles» (Elsa Maxwell und Nina Chruschtschowa!) und nicht zuletzt von ihrer Unkompliziertheit angezogen. Meist hat sie Humor und Initiative – beides Eigenschaften, die sehr fotogen sind. Es ist also nicht einzusehen, warum die Molligen mit aller Macht versuchen, schlank zu wirken. Das, was sie mitbringen, ist fotogener als alles, was sie etwa noch hinzutun könnten.

Die Schlanken sind aus verschiedenen anderen Gründen ein äußerst leicht zu fotografierender Typ. Sie sind, um einen gewagten, aber treffen-

den Vergleich zu gebrauchen, genauso fotogen wie Vollblutpferde, deren nerviger und rassiger Körperbau kein überflüssiges Gramm Fett zwischen Haut und Knochen zuläßt. Wenn eine Frau also Lust hat, sich unter das Normalgewicht, beispielsweise auf neunzig Pfund, herunterzuhungern, so ist das zwar gesundheitlich nicht ungefährlich, aber ein todsicheres Mittel, bei einem bestimmten Bildpublikum anzukommen. Natürlich nur, wenn sie nicht dekolletiert ist. Und nur, wenn der Eindruck von Sportlichkeit und Apartheit entstehen soll und nicht der von Wärme.

So hervorragend sich die Gertenschlanken auch fotografieren, müssen sie doch sehr darauf bedacht sein, direkt von vorn beleuchtet zu werden. Wenn man nicht weiß, wie die Lichtverhältnisse sein werden – ob Licht von allen Seiten für Live-Aufnahmen oder direkte Einleuchtung von vorn –, ist Vorsicht mit dem Dekolleté geboten. Wenn der Hals kein Seitenlicht mehr verträgt (Figurspiegel-Kontrolle!), ist es klüger, ihn mit weichfallenden oder schräggeschnittenen, körperfreundlich anliegenden und möglichst stumpfen Stoffen zu verhüllen. Schräggeschnittene Wollstoffe sind besonders nachgiebig; man kann sich bequem darin bewegen, sie tragen nicht auf und markieren leise, aber zuverlässig die weiblichen Formen. Erhält jedoch eine Frau die gleichen Beleuchtungschancen wie die deutschen Fernseh-Ansagerinnen, die fest am Tisch sitzen und vom Hauptscheinwerfer direkt von vorn angestrahlt werden (Abb. 16), dann kann sie auch im Fernsehen unbesorgt ein Dekolleté tragen. Jedoch nur dann – nicht bei gestreutem, indirektem Licht oder Licht von der Seite (Abb. 17).

Schlankheit und Langgliedrigkeit haben sehr fotogene Reize, doch haben die so gebauten Damen oft unverhältnismäßig lange Füße (z. B. Greta Garbo, Ingrid Bergman, Sofia Loren). Man kann diesen Eindruck, wenn die ganze Figur fotografiert werden soll, dadurch mildern, daß

man die Schuhe nach der Farbe des Bodens wählt (Abb. 112). Goldene oder silberne Schuhe auf Perserteppichen sind insofern gefährlich, dunkelgraue, irisierende Schuhfarben dagegen fallen weniger auf. Vorteilhaft auf dem gewöhnlich hellgrauen Bürgersteig sind fotografisch ebenfalls hellgrau wirkende Schuhe.

Die überschlanke Frau kommt besonders gut bei geistig und künstlerisch interessierten Bildbetrachtern an. Das breite Publikum neigt dazu, sie zwar attraktiv, aber fremd und exklusiv zu finden. Darum müssen diese Frauen, wenn sie das große Publikum erreichen wollen, sich etwas Liebliches und Weibliches für Kleidung und Frisur einfallen lassen. Zum Beispiel wäre dann eine lockige Frisur angebracht (Abb. 67). Die Schlanken sind auf jeden Fall ein Typ, der besonders fest im Gedächtnis haftenbleibt.

Kleine Frauen tragen möglichst hohe Absätze, um sich zu längen. Dadurch wirken dann auch die oft etwas zu rund geratenen Beine graziler. Untersetzte Frauen pflegen den schlankeren gegenüber aber den Vorteil zu haben, daß sie bis ins Alter eine gute Hals-Schulter-Busen-Linie behalten. Für ihre Figur und ihre meist enge Taille sind etwas weite, schwingende Röcke geradezu ideal, um die breiteren Hüften zu verdecken. Auch das Gesicht dieses Frauentyps bleibt lange jung. Er wirkt am schönsten bis unter die Taillenlinie (Gina Lollobrigida). Die Schlanken dagegen (Melina Mercouri) versuchen meist, auch die Beine ins Bild zu bringen. Sie haben manchmal keine so vorteilhafte, feste Busenlinie, kein so gutes Dekolleté und schmale Schultern. Knabenhafte Hüften sind auch nicht immer nach dem Geschmack des großen Publikums. Dafür aber fotografieren sich solche Figuren sehr gut in engen, geraden Kleidern (Abb. 107).

Bei der Frau, die für Presse oder Fernsehen fotografiert wird, setzt man möglichst ihre Weiblichkeit ein. Das gilt für das Mannequin, für

die Ansagerin und Reporterin wie auch für die Frau eines Prominenten, selbst wenn sie nur zufällig mit aufs Bild kommt. Das Symbol der Weiblichkeit aber ist der Busen, der zwar fotogen ist, jedoch nicht als flaches Garnichts oder als zusammenhängende Masse, sondern in seiner natürlichen Zweiteilung. Und die sollte auf der Fotografie, wenngleich dezent, ruhig zu erkennen sein.

Üppige Formen allzu stark zu betonen, gilt nicht als besonders damenhaft, ist aber ein sicheres Mittel, um aufzufallen (Abb. 141). Nicht nur die Männer sind davon fasziniert, sondern auch die Frauen merken auf – wenn auch aus negativen Gründen. Es gibt Filmstars, deren Popularität einzig von der Fotogenität ihres Busens herrührt (obwohl jeder Eingeweihte weiß, daß sie das Wunderwerk oft genug nur der Hollywooder Büstenhalterkunst verdanken). Die ideale Busenform für fotografische Aufnahmen ist die, die den Eindruck von möglichst gut geformter, «ungestützter Natur» erweckt. Einige Pariser Couturiers haben jahrelang die Linie des natürlichen Busens einfach nicht zur Kenntnis genommen. Wo aber kein Platz für ihn vorgesehen ist, läßt er sich auch nicht gut hinfotografieren! Insofern war diese Mode für die Fotografie unweiblich.

Zu dem Thema der weiblichen Rundungen gehört auch die verlängerte Rückenpartie bei ganzfigurigen Aufnahmen. Auch sie ist weibliches Attribut und kann fotogen «mitwirken». Zuviel davon ist für manchen Geschmack fotogener als zuwenig. Normale Hüfthalter haben das Bestreben, Plastik an dieser Stelle zu unterdrücken und wegzupressen. Die Pariser oder New-Yorker Hüfthalter, die das ganz und gar nicht tun, sind viel besser. Diese Partie darf fotografisch nicht zu sehr neutralisiert werden. Fotogen ist alle Kleidung, die den weiblichen Akt erkennen läßt. Das spielt sogar in der seriösen Bildpresse eine größere Rolle, als der Uneingeweihte glaubt. Hier wäre nicht so ausführlich darüber ge-

sprochen worden, wenn die Figur der Frau nicht in bezug auf das Ankommen beim Publikum so ausschlaggebend wäre.

Auch ein Frauengesicht läßt sich dadurch am besten herausheben, daß man es in Farbkontrast zu allem übrigen bringt, das heißt, man hält entweder die Umgebung dunkler als das Gesicht oder heller. An sich spielen Farben auf der Schwarzweißwiedergabe der Fotografie keine Rolle, sondern nur die verschiedenen Tönungen der Skala zwischen Weiß und Schwarz. Es ist ein brauchbares Rezept, den Grauwert der Haarfarbe in der Kleidung wiederkehren zu lassen (Abb. 67 und 108). Besonders die brünette Frau trägt am besten im Grauwert ähnliche Töne, etwa dunkleres Grün, Blau oder Braun. Braune Kleidung fotografiert sich besonders vorteilhaft, sie wirkt «warm». Ist die Dame blond, kann sie Weiß, Hellgrau, Beige oder Rosa tragen, wobei sie aber nicht vergessen darf, daß ja Weiß leicht eine häßliche Doppelkinnreflexion und einen verdickten Hals hervorruft (Abb. 20). Die Fernsehstudios wechseln deshalb auch bei Frauen gern weiße Kleider oder Blusen gegen pastellfarbene oder grautönige aus, die bei der starken Einleuchtung trotzdem noch weiß erscheinen. Leider kann man den starken Reflex der weißen Oberkleidung vor dem Spiegel zu Hause kaum vorkontrollieren, weil dort die erhebliche Lichtstärke, die für Live-Aufnahmen erforderlich ist, nicht zur Verfügung steht. Man kann sich höchstens dadurch helfen, daß man den Reflex auf dem Hals mit einer harten 100-Watt-Birne ohne Schirm von verschiedenen Seiten prüft; der Widerschein wird auch dann schon auffällig. Durch dunklen Schmuck, ein dunkles Tuch oder auch einen dunklen Pullover läßt sich jeder weiße Reflex ganz einfach «töten» (Abb. 109 und 110).

Helle Hintergründe und helle Kleidung – also «helle Bilder» – gelten als besonders jung machend. Aber weißer Hintergrund ist nur bei ganz

vorzüglichen Figuren und Frisuren angebracht. Sonst enthüllt er erbarmungslos die unvorteilhafte Silhouette. Eine schwarzhaarige Frau sollte sich für die Fotografie nicht weiß kleiden. Denn sollte für die Aufnahme ein weißer oder heller Hintergrund gewählt werden, würde ihr schwarzes Haar zum Bildzentrum. Wird aber die gleiche Frau – und das ist bei schwarzem Haar wahrscheinlich – vor dunklem Hintergrund fotografiert, dann springt das weiße Kleid wieder als Hauptakzent heraus (Abb. 3). Aus ähnlichen Erwägungen ist es unzweckmäßig, wenn Frauen einen helleren Rock für Fotografien vor dunklem Hintergrund wählen. Das ist nur bei Modefotografie angebracht, wenn ein Rock und nicht das Gesicht werben soll.

Auch bei Frauen fotografieren sich alle diejenigen Stoffe gut, die «guten Fall» haben und bei Seitenlicht keine Zerknitterung zeigen. Vorzüglich eignen sich, vor allen Dingen für schlanke Frauen, Jersey, leichter Fresko und jede stumpfe, weiche Wolle, wenn die Stoffe nicht allzu fest verarbeitet sind und der Figur immer genug Spielraum lassen (Abb. 104). Auch das schönste Muster «nimmt etwas vom Gesicht ab». Es gibt zwar besonders fotogene darunter, sie sind aber so kompliziert in der Anwendung, daß sie nur der richtig einsetzen wird, der etwas von Grafik und Malerei versteht (Abb. 105). Man kann allerdings den Kopf eines Modells, das mit kariertem oder buntem Kleid zur Aufnahme erscheint, dadurch wieder betonen, daß man es vor einem ebenso bunten Hintergrund fotografiert. So wird der Kopf wieder zur Hauptsache im Bild (Abb. 38).

Spitze, so schön sie manchmal als Festgewand aussehen kann, macht auf Fotografien merkwürdigerweise etwas alt, besonders schwarze Spitze. Selbst junge Mädchen sehen darin «gesetzt» aus.

Bei Abendkleidern können auch schwere Stoffe, Seide, Ottomane, alles Dekorative bis zum Chiffon oder Organza attraktiv und voller

Reiz sein. Spröde Stoffe sind fotografisch schwierig (Abb. 106), es sei denn, sie sind hervorragend verarbeitet. Auch der sonst so beliebte Popeline und alles Leinen ist wegen seiner «Knüllfreudigkeit» voller Tücken. Bei direktem Licht von vorn fällt das nicht so auf, wohl aber bei allen Aufnahmen mit indirektem, gestreutem Licht. Da wird jede Knitterfalte plastisch sichtbar.

Schlechte Figuren machen alle Kleidungsstücke, die zu eng sind. Auf der Aufnahme wird auch bei Damen jeder Faltenzug und jede Andeutung von Bauch übertrieben deutlich wiedergegeben. Zu enge oder verwaschene Pullover machen schlechte Schultern und formlose Büsten. Trotzdem ist der locker fallende, einfache Pullover ein besonders damenhaftes und sehr fotogenes Kleidungsstück – jedenfalls für nicht zu füllige Frauen. Mit einem dezenten Schmuckstück akzentuiert und mit einem gleichfarbigen Rock getragen, ist er für die meisten fotografischen Anlässe die ideale Kleidung. Er paßt für fast alle Tageszeiten, und niemals wirkt er *overdressed*. Das ist für eine gute Bildpolitik von großer Bedeutung. Nur die Unerfahrene übertreibt in der Kleidung (und die Kamera übertreibt weiter!).

Jede Frau in vorgerücktem Alter muß sich, bevor sie sich einer Kamera stellt, überlegen, ob sie sich noch tiefe Ausschnitte leisten kann oder ob sie sich durch betont jugendliche, halsferne, schulterfreie oder gar offenherzige Kleidung der Gefahr aussetzt, älter zu erscheinen, als sie tatsächlich ist. Nur Frauen mit einem einwandfreien Dekolleté dürfen unbesorgt tiefe Ausschnitte tragen. Alle anderen sollten beherzigen, daß nichts auf der Welt so gut angezogen aussieht wie ein geschlossenes Kleid aus kostbarem Stoff. Angenehme Kompromisse sind die fotografisch unsichtbaren Chiffon-Einsätze, wie sie die Herzogin von Windsor, eine der elegantesten und am richtigsten angezogenen Frauen unserer Zeit, kreierte hat. Ein solches «großes Abendkleid» ist nämlich

in Wirklichkeit hoch geschlossen, obwohl es auf dem Bild tief ausgeschnitten scheint.

Halsausschnitte sind ein Thema für sich. Der Hals muß möglichst in seiner ganzen Länge erhalten bleiben. Also können die Langhalsigen so gut wie fast alle Varianten von Ausschnitten tragen, Kurzhalsige dagegen nicht. Sie dürfen keinen Millimeter von der Halslänge durch Kragen oder Tücher verschenken. Im Gegenteil, sie müssen längen. Ein anliegender, nicht zu großer viereckiger Ausschnitt hat sich dabei am besten bewährt. Leider wird er kaum angewendet. Der spitze Ausschnitt an dunklen Kleidern ist «grafisch» schwer fotogen zu machen, vor allem bei dunklen, runden Köpfen. Das leuchtet ein, wenn man sich klarmacht, daß die von der unteren Spitze ausgehenden, sich nach oben bis zum Kopf verbreiternden Linien die Form einer Birne ergeben, besonders vor dunklem Hintergrund. Man sieht daran, wie es oft unmöglich ist, eine am lebenden Objekt so harmlose Mode wie den spitzen Ausschnitt einfach in die Bildkomposition zu übernehmen. Jedes Kostüm und jedes Jackenkleid hat diesen verhängnisvollen Ausschnitt, der nur als Ausnahme einmal reizvoll sein kann (Abb. 120). Selbst wenn nur der Kopf fotografiert wird, kann es Schwierigkeiten mit dem spitzen Ausschnitt geben, weil er sich beim Beschnitt eines Fotos vielleicht spitz in irgendeine Bildecke hineinbohrt. Er ist deshalb am ehesten bei nicht zu dunklem Haar, bei heller Kleidung und vor hellem Hintergrund fotogen.

Eine andere gefährliche Linie ist die Taille. Sie ist deshalb heikel, weil die auf dem Bild wiedergegebene Taillenweite sehr vom Kamerastandpunkt abhängt. Die Fernsehkamera steht für taillierte Kleidung auf jeden Fall zu hoch. Sie macht im Verhältnis zum Kopf eine zu schmale, kindliche Taille. Umgekehrt fotografiert der Presse- und Opernfotograf, zumindest der Anfänger, oft von zu tiefem Standpunkt aus und erreicht damit, daß die gesamte Unterpartie zu dick gegenüber dem verzeich-

neten, zu kleinen Kopf ist. Taillierte Kleidung ist nur dann fotogen, wenn mit langer Brennweite und entsprechendem Kamerastandpunkt gearbeitet wird, die Körperrelationen dadurch also richtig ausgewogen erscheinen. Aber darauf kann man sich nie verlassen. Da taillierte Kleider auch oft «betonieren» und Querfalten sehen lassen (Abb. 104), ist es auf alle Fälle sicherer, mehr lockere als straffe Kleidung zu tragen.

Es versteht sich von selbst, daß alle extravagante Kleidung überall dort, wo die Mode und nicht der Mensch in Erscheinung treten soll, fotogen ist. Langbeinige Damen in Hosen sehen «privat», zur Betonung eines technischen Berufs oder körperlicher Betätigung zwar ganz gut aus, aber die Dargestellte muß wissen, daß sie in diesem Anzug nicht besonders damenhaft wirkt, sondern mehr sportlich und nonchalant. Ob dieser Eindruck entstehen soll, muß genau überlegt werden. Wer selbst in der Modepublizistik arbeitet, muß in seiner Kleidung natürlich mit den neuesten Modebeispielen vorangehen, sonst nimmt ihm kein Bildbetrachter seine Zuständigkeit in dieser Sparte ab. Aber dieser Beruf erzieht ja von selbst dazu, die jeweilige neue Moderichtung von vornherein ins Individuelle abzuwandeln. Um die private, vielleicht intime Atmosphäre eines Bildes zu akzentuieren, kann eine Frau gelegentlich auch einen Morgenrock tragen. Seine fotogene Saloppheit, manchmal auch ein malerisches Muster (aber besser Streifen als Blumen), fotografiert sich hervorragend.

Die persönliche Abwandlung einer Mode gelingt am besten ausübenden Künstlerinnen (Malerinnen, Grafikerinnen) oder auch begabten Kunstliebhaberinnen. Sie verstehen etwas von den Gesetzen der Komposition und wissen auch die sehr weite und die bleistiftenge Mode fotogen zu variieren. Man sollte ihnen, besonders als Neuling, ruhig etwas in die Karten sehen, nicht, um nachzuahmen – denn gerade das individuelle Kleid ist ja nur auf den einen, der es tragen wird, zugeschnitten –, son-

dern um ein persönliches sicheres Stilgefühl zu erwerben. Schlechter daran als die bildenden Künstlerinnen sind z. B. Musikerinnen und Dichterinnen. Sie besitzen kein sehr großes Geschick für attraktive Kostümkompositionen. Darin liegt auch ein Grund, warum sie in jungen Jahren so selten zu einer guten Bildpublicity kommen.

Die fotogene Kleidung ist ein so umfangreiches Thema, daß es hier kaum erschöpfend behandelt werden kann. Es gibt für jede Frau eine Unzahl einfacher Möglichkeiten. Aber es wird gern zuviel getan, und das ist es, was unfotogen wirkt. Die Grundregel aller Kleidung für die Fotografie der Frau heißt: das Gesicht wesentlich machen! Es wird einleuchten, daß das nur dann gelingt, wenn man alles vermeidet, was davon ablenken könnte. Das ruhigste Äußere ist daher fast immer auch das fotogenste.

Zur fotogenen Kleidung gehört natürlich auch das fotogene modische Beiwerk: Kopfbedeckung, Handschuhe und Handtasche.

Selten hat eine Dame die Möglichkeit und die Ruhe, diese Dinge bereits beim Einkauf genau auszuspiegeln und mit der ganzen Figur und der Garderobe, für die sie gedacht sind, in Einklang zu bringen. Aber wenigstens bevor man sich dann der Kamera stellt, sollte das unbedingt geschehen. Vom Eigenleben der Modeartikel wurde schon gesprochen. Blickfangende Knöpfe oder ungeschickt gewähltes Beiwerk können auch die sonst gefällige Fotografie zerstören.

Ich kann aus Erfahrung sagen, daß ein hübscher Hut fast in jedem Falle ein besserer Gesichtsrahmen ist als eine Durchschnittsfrisur. Wenn die Haare also nicht fotogen oder im Augenblick nicht ganz in Ordnung sind – überhaupt ganz allgemein, wenn eine Frau von sich meint, sie sei nicht fotogen, sollte sie den Versuch mit einem zeitlosen, typischen (Abb. 111) oder sehr individuellen Hut machen (Abb. 110).

Ganz besonders attraktiv, aber nur geeignet für große, schlanke Frauen, sind breitrandige Hüte. Sie sind sehr malerisch, blickfangend und erwecken stets den Eindruck von Exklusivität (Abb. 60 und 137). Die vielen Abarten der Kappe sind fotogen, falls sie nicht zu süß oder niedlich getragen werden. Je mehr sie sich der einfachen Form einer Schwimmkappe nähern, desto idealer sind sie.

Schleier in fast allen Formen und Farben wirken sehr hübsch, pikant-geheimnisvoll und jung, sind jedoch augenblicklich leider nicht sehr in Mode. Abendkapuzen, Pelzkappen und Schals, die zur Kopfbedeckung dienen, ja ganze Abendmäntel mit angeschnittenen Kapuzen bilden auf Porträts den schönsten Rahmen für das Gesicht (Abb. 142).

Fotografisch wirkungsvoll können Beiwerk-Arrangements mit gegensätzlichen Farben sein; z. B. zum schwarz-weißen Noppentweedstoff schwarze Handschuhe und ein schwarzes Käppchen oder zum anthrazitfarbenen Kleid schwarz-weiße Streifen an kurzen Handschuhen und am Hut. Diese Pointe tut dem Bildzentrum, dem Gesicht, keinen Abbruch, denn Hut und Handschuhe wirken hier nur, so wie es sein soll, als auflockernder Rahmen.

Handtaschen spielen in der Portätfotografie keine große Rolle. Originelle und raffiniert einfach geschnittene, nicht zu große Taschen fotografieren sich leicht und stören nicht. Auch hier gilt, daß weich verarbeitetes Material (Wildleder etwa) fotogener ist als alles andere und die schlichte Form geschmackvoller als die chromverzierte.

Die Frisur ist für die Bildwirkung einer Frau das Tüpfelchen auf dem i. Wenn die Frisur unfotogen ist, ist der ganze Mensch schwer zu fotografieren, ist sie aber fotogen, ist es ganz bestimmt auch das Modell. Sagt eine Frau von sich, daß sie völlig unfotogen sei, so liegt es in neun

von zehn Fällen allein an der Frisur. Und da diese sich mit einigen Manipulationen ändern läßt, ist auch das Problem des Fotogenseins damit beinahe schon gelöst. Beinahe – wenn die Frauen konsequent sind. In diesem Punkt aber lernen sie alle sehr langsam.

Das Frisuren-Komponieren ist ein künstlerischer Akt. Aber nur große internationale Coiffeure können eine fotogene und individuelle Frisur für eine bestimmte Frau entwerfen, selten das Friseurgeschäft um die Ecke. Ein Friseur versteht zwar sein Handwerk, doch sind seine Angestellten und er mehr Haarpfleger als Haarkünstler. Während er arbeitet, kann er die Figur der Frau nicht sehen, die ja von dem (fotogenen!) weißen Umhang verdeckt ist. Er sieht nur den Kopf. Eine Frisur aber muß man auf die ganze Figur komponieren und nicht auf ein paar Quadratcentimeter des Schädels.

Überhaupt schätzen die Fotografen frische Frisuren nicht sehr, denn frisch gewaschenes Haar wirkt trotz allen Glanzmitteln fotografisch leicht stumpf, zu sehr toupiert und zu mächtig, und selbst wenn es mit allen kosmetischen Mitteln zurechtgemacht worden ist, macht es noch immer mehr Reklame für die einschlägige Industrie als für den Porträtierten. Nicht umsonst kämmen sich viele Menschen, wenn sie vom Friseur gekommen sind, zu Hause die Haare erst einmal «richtig», damit der persönliche «Familienstrich» wieder hineinkommt.

Wenn man sich vorstellt, welche Funktion ein Rahmen hat, dann weiß man auch, welche Rolle der Frisur in der Bildpublizistik zukommt. Hat man sie nicht ins Persönliche abgewandelt, ist sie kein geeigneter Rahmen für ein Gesicht. Ein junges Mädchen, das noch keine besondere Ausstrahlung hat, kann ihrer Frisur eine Hauptrolle geben; das wäre ein Weg für sie, fotogen zu werden. Einige bekannte Filmstars haben ihn anfangs auch beschritten und großen Erfolg damit gehabt (May Britt, Brigitte Bardot).

Es wurde schon gesagt, daß man neue Frisuren nur vor dem Figurspiegel und möglichst mit den dazu passenden Kleidern ausprobieren muß, denn der schönste Haaraufbau ist verfehlt, steht er nicht in harmonischem Verhältnis zur übrigen Figur. Wenn man die Halslänge, die Stirnhöhe, die Länge der Beine und die Breite der Schultern im Blick hat, ergeben sich das Ausmaß und die Begrenzung der Haartracht von selbst. Untersetzte Frauen wirken oberlastig, wenn sie – besonders bei schmalen Untergesichtern – ihre Haare sehr hoch bauen. Interessant ist, zu sehen, wie durch eine Frisur sogar die Augenpartie «verschoben» werden kann (Abb. 124 und 125): Macht man die Frisur flach, rücken die Augen nach oben (Abb. 108), überhöht man die Frisur, verlegt man die Augen nach unten. Ist der Abstand zwischen Kinns Spitze und Augen kurz, entsteht dabei der Eindruck «zusammengeschobener» Proportionen, der auch sehr typisch sein kann (Sofia Loren, Ingrid Andree). Für Frauen, die bei einem solchen Gesichtsschnitt eine breite Stirn haben, sind Ponys die Frisur (Leslie Caron in *Cinderella*). Aber dabei muß die Nase klein sein, denn die wegfrisierte Stirn vergrößert sie automatisch. Eine große Nase kann man nur dadurch verkleinern, daß man ringsum viel offene Fläche schafft (und einen großen Mund schminkt!). Durch Ponyfrisuren kann man übrigens auch gut einen großen Kopf tarnen, aber sie sind nicht jedermanns Geschmack.

Gefärbte Haare fotografieren sich nur gut, wenn sie eine gewisse bernsteinartige Durchsichtigkeit haben und möglichst lebendig Licht reflektieren. Glanzlose Haare wirken in der Wiedergabe als «schwarzes Loch».

Ganz weiße und ganz schwarze Haare machen sich auf der Fotografie so schwierig, daß sie vor Großaufnahmen im Film und Fernsehen überpudert werden müssen, um weniger hart herauszukommen.

Filmstars und Schauspielerinnen müssen aus Berufsgründen die Frisur und die Farbe der Haare oft wechseln. Trotzdem sollten sie, wie auch andere Frauen, sobald sie ihren Typ gefunden und aufgebaut

haben, eine eigene private Frisur für die «laufende» Publicity behalten. Mit dem Wechsel der Frisur ändert sich der Typ. Der Typ aber ist das, was sich dem Bildbetrachter einprägt. Es ist deshalb sehr zu überlegen, ob man ihn ständig wechseln sollte. Viele große Frauen haben ihre Frisur niemals wesentlich verändert. Das zeugt nicht nur von Souveränität, es hat auch den Vorteil, daß man sie immer sofort wiedererkennt und daß die einmal erreichte Popularität nicht unnötig strapaziert wird. Im Gegensatz dazu haben andere Frauen ihre Frisur mit der Mode oder sogar ohne sie so oft verändert, daß der Bildbetrachter es jedesmal schwer hatte, sie wiederzuerkennen. Die Ansagerinnen auf dem Bildschirm sind da kein Gegenbeispiel; sie begegnen dem Bildbetrachter stets am gleichen Platz und im selben Rahmen.

Bei der Haartracht gilt wieder die alte Regel, daß man nicht mit jeder Frisur beim Publikum ankommt. Menschen, die heute in die Breite wirken und morgen einen exklusiven Kreis ansprechen wollen, könnten eigentlich zwei Frisuren – um nicht zu sagen: zwei Köpfe – gebrauchen. Diejenige Frisur, die beim großen Publikum am zuverlässigsten ankommt, sind Locken oder lange, lockige Mähnen. Da sie der Masse der Bildbetrachter besonders lieb und vertraut sind, darf man sie nicht leichtfertig ablehnen. Viele Filmstars sind mit solchen populären Lockenköpfen «ins Geschäft gekommen» (z. B. Rita Hayworth, Lana Turner). Doch auch die Frau in der Politik, der es um einen guten Kontakt zum Volk zu tun ist, trägt klugerweise Locken (z. B. einige europäische Königinnen, Frau Wilhelmine Lübke). Locken machen in der Tat weiblicher und weicher, sind jedoch nicht so typprägend. Man vergißt die Trägerin schneller, wenn nicht ein bedeutender Name oder ein bedeutendes geistiges Profil damit verbunden ist.

Ingrid Bergman, die mit knabenhaft kurzgeschorenem Haar große Erfolge hatte, kehrte in reiferem Alter, gewiß nicht freiwillig, wieder

zur Lockenfrisur zurück. Es wäre nämlich sonst zu befürchten gewesen, daß sich der nordische Typ der großen Schauspielerin als zu kühl ausgewirkt hätte, und das kann der Film bekanntlich nicht gebrauchen. Die Bergman mußte also mit einer lieblicheren Frisur eine Konzession an den Publikumsgeschmack machen. Auch Grace Kelly war in ihrer ersten Rolle in dem Film *High Noon* mit einer todsicheren Allerweltslockenfrisur herausgebracht worden. Bald danach hat sie dann die Locken entthront, und man hat gesehen, wie schnell sie mit glattem Haar, einer fast klassisch wirkenden Knotenfrisur, zusätzlich in den Kreisen der Intellektuellen ankam.

Bei Teenagern und allen, die so aussehen möchten, ist der «Pferdeschwanz» ebenso fotogen wie die zünftigerweise nur mit den zehn Fingern geharkten und oft sehr kurz geschorenen Ponyfrisuren (Abb. 118). Dazu muß natürlich das Make-up stimmen und darf nicht auf «schön» geschminkt wirken. Die gekonnte Unfrisur ist besonders typprätigend und kommt bei jedem Publikum gut an. Sie gibt dem Modell ein Fluidum von Natürlichkeit und ein bißchen Frechheit, und das ist immer fotogen.

Frisuren, die von einer Unmenge Klammern und Spangen zusammengehalten werden, sind häßlich. Hervorragend und typprätigend, sogar bei älteren Frauen, fotografiert sich der einfache, klassische Knoten. Er hat eine klare, charakteristische Linie und macht außerdem einen guten Hinterkopf, an dem es bei den meisten Frauen sehr mangelt (Abb. 117). Allzu viele Frauen frisieren sich, wie man oft genug auf Bildern sieht, nur für die Vorderansicht. Für Menschen, die ständig damit rechnen müssen, daß ein Fotograf sie von irgendeiner Seite «erwischt», ist es selbstverständlich, daß sie eine Frisur tragen, mit der sie sich von allen Seiten sehen lassen können.

Das Make-up hat für die Fotografie erst Bedeutung gewonnen, seitdem mit kleinen Formaten fotografiert und gefilmt wird. Als man noch

mit großen Platten arbeitete, besorgte der Fotograf die Retuschen der Dargestellten nachträglich. Heute sind Negativ-Bearbeitungen kaum noch möglich und auch nicht mehr modern, denn die Devise heißt «live fotografieren». In der Bildpublizistik, aber auch in Film und Fernsehen soll das Gesicht des Menschen so lebendig und natürlich wie möglich aussehen.

Für Film- und Fernsehaufnahmen wird man vom Maskenbildner geschminkt. Er weiß, wie «live» er die Haut herrichten muß, deshalb braucht man sich nicht sehr darum zu sorgen. Erfahrene Frauen schminken sich jedoch auch für Film und Fernsehen selbst. Eine ganze Reihe von Stars hat so persönliche Nuancen der Lippenformen und Augenkonturen, daß der Maskenbildner, besonders wenn er ein Modell zum erstenmal schminkt, leicht etwas Unpersönliches oder gar Fremdes in sein Make-up bringt. Auch eine Schneiderin muß erst eine Weile die Eigenheiten einer neuen Kundin studieren, ehe sie wirklich frei ein individuelles Kleid für sie entwerfen kann. Ähnlich ist es beim Make-up. Ob die Augen die modische «Schräge» bekommen, das untere Lid nachgezogen wird und die Lippen eine ganz bestimmte, und zwar ständig die gleiche, Farbe und Form erhalten, kann für den Typ von großer Wichtigkeit sein. Elisabeth Bergner (Abb. 129 und 130) und Greta Garbo sind mit einem nur für sie charakteristischen Make-up berühmt geworden und haben sich mit Recht stets dagegen gewehrt, durch Schminken verändert zu werden.

Man macht das Make-up in der Regel, bevor das Kleid angezogen und das Haar frisiert wird. Es wurde schon vom «richtigen Spiegel» geschrieben, und ich sagte auch schon, daß der senkrecht an der Wand angebrachte, normale Gesichtsspiegel, sofern er Oberlicht hat, für das Make-up ausreichend ist. Er gibt die Gesichtsproportionen wieder, wie sie später auch das Objektiv der Kamera in Augenhöhe sieht, ausgenommen in Aufnahmen, bei denen der Kameramann steht, während die

Frau sitzt, sich also viel tiefer als das Objektiv befindet. Das bedeutet für das sitzende Modell, daß die Aufnahmen schräg von oben gemacht werden. Daraus ergeben sich gewisse Konsequenzen für das Make-up, besonders für das Schminken der Ober- oder Unterlippe.

Das Make-up beginnt mit der Teintgrundierung des Gesichts. Das ist eine Filmschminke in Pastenform. Aber wie schminkt man eine Haut lebendig? Pudert man sie dick ein, wird sie gewiß nicht «live», sondern «gipsig» wirken, und von Natur ist dann nicht mehr viel zu sehen. Sie hat mit dem überpuderten Glanz auch ihre Lebendigkeit verloren. Trotzdem muß bei Film- und Fernsehaufnahmen, die ja überhaupt nicht retuschiert werden können, für das grausame Seitenlicht oft so geschminkt werden. (Einen Star zu «machen», kostet so viel Geld, daß er möglichst lange präsentiert werden und in Mode bleiben muß, um das, was man in ihn investiert hat, auch wieder herauszuholen.) Puder wirkt fast immer stumpf. Wenn irgend möglich, soll die Haut auf der Fotografie aber ruhig ein wenig glänzen! Junge Haut ist eben von Natur aus blank und alte glanzlos. Man macht also einen Star in vorgeschrittenem Alter nicht unbedingt jünger, indem man seine Fältchen zu dick überpudert. Bei der späteren Reproduktion geht ohnehin so viel verloren, daß man zumindest auf dem Porträt etwas Glanz lassen sollte. Da ja schon das Baby in der Wiege, wenn es lacht, Lachfalten und manchmal sogar «Krähenfüße» zeigt, kann es unmöglich alt wirken, wenn auch bei erwachsenen Menschen diese Falten auftreten. Sie können besonders lebenswürdig, menschlich und natürlich machen. Warum sie also wegschminken? Muß das Abpudern vor der Aufnahme aber beibehalten werden, sollte es wenigstens nur hauchdünn geschehen.

Ob der Grundton der Teintschminke heller oder dunkler sein soll als die natürliche Hautfarbe, hängt vom Zweck und den technischen Bedingungen der Aufnahme ab. Wenn wenig Licht verwendet wird,

braucht nicht besonders dunkel geschminkt zu werden. Das ist vor allem dann sehr angenehm, wenn Arme und Dekolleté auch zu sehen sind. Nichts wirkt fotografisch so unstimmig wie ein dunkles Gesicht und dazu schneeweiße Arme oder gar ein weißer Halsausschnitt. Wenn bei sehr viel Licht fotografiert wird – also bei Film und Fernsehen –, muß das Gesicht dementsprechend dunkler sein.

Auch die Frau, die ihr Make-up zu Hause macht, wird das Gesicht leicht mit einer Film-Teintschminke vorgrundieren. Diese Schminke ist etwas fett und darf deshalb hinterher ein wenig (!) abgepudert werden, denn wenn die Damen während der Aufnahmen nervös werden und ins Transpirieren geraten, kommt von selbst wieder reichlich Glanz zum Vorschein. Wir Fotografen schätzen das Film-Teintschminken sehr. Es erspart uns viel Überarbeitung am Bild, denn durch die Grundierung mit Teintschminke verschwinden auch die berüchtigten Augenringe, alle Hautunreinheiten, die kleinen Fältchen, die beim Sonnenbräunen hell geblieben sind und dadurch alt machen, und manche rote Nase.

Beim gestellten Porträt – nicht bei Live-Fotos – kann man sogar die Seiten des Nasensattels hell halten, um die Nase zu verkleinern. Nasen können bei Frauen nie klein genug sein, das macht sie keck und jung; beides ist fotogen. Im übrigen sind Nasen in ihrer Bildwirksamkeit durch Schminken nur wenig zu beeinflussen. Für sie spielen die Aufnahme-perspektive und die Einleuchtung eine größere Rolle.

Teintschminke und Puder werden auch an anderen Stellen zur Abdunklung benutzt, etwa wenn man von einem allzu rundlichen Gesicht seitlich etwas wegnehmen möchte. Auch Doppelkinnansatz und Hals kann man mit solchen künstlichen Schatten zum Verschwinden bringen.

Dann kommen die Augen dran. Erst werden die Augenwimpern getuscht. Sie sind an ihren Spitzen meistens blond, auch bei vielen

dunklen Menschen. Diese Arbeit muß sorgfältig, doch nicht allzu ängstlich ausgeführt werden. Ungeschminkte Augen leuchten auf der Fotografie wenig. Die getuschten Wimpern sind es, die die Augen erst strahlend machen. Der Farbton, der dabei gewählt wird, ist ziemlich gleichgültig; nur wirkt bei Blondes ein tiefes Schwarz ein wenig zu hart. Man sollte möglichst versuchen, an den äußeren Augenwinkeln dicker zu tuschen, ja, für Fotos in ganzer Figur oder für Modewerbungen den Schwung nach außen nötigenfalls sogar mit dem Brauenstift leise nachziehen. Viele Frauen sträuben sich am Anfang dagegen. Die erfahrenen wissen aber, daß durch die Vervielfältigung des Fotos und ihre Verkleinerung, vor allem in der Tagespresse auf holzhaltigem Papier, so viele Nuancen verlorengehen, daß man die Augenwimpern und Brauen gar nicht interessant genug machen kann (Abb. 131). Gerade der Augen Ausdruck ist auf Bildern sehr wichtig. Manche Damen kleben, also verlängern die Wimpern oder lassen sich welche einziehen (Audrey Hepburn). Der Effekt ist fotografisch derselbe. Greta Garbo wurde mit so verlängerten Wimpern und dem dadurch hervorgerufenen typischen Augen Ausdruck weltberühmt. Man trägt geklebte Wimpern allerdings mehr auf der Bühne und im Film als im Alltag. Für eine Großaufnahme gelten sie allmählich doch als etwas zu auffällig und nicht mehr genug «live». Kosmetisch gefärbte Wimpern sind kein Ersatz für Wimperntusche. Sie wirken kalt und sind zu dünn, um den Augenausdruck wesentlich zu verstärken. Ebenso unvorteilhaft machen sich die meist zu kalten, schwarz gefärbten Brauen. Bessere Wirkung wird man mit Tusche erreichen, die zugleich verstärkt und verdickt. Ein gut zeichnender Modefotograf retuschiert immer noch hinterher auf seiner Klischeevorlage bei nicht genügend geschminkten Wimpern mit einigen Strichen den manchen Augen fehlenden oder schlecht geschminkten Glanz und Schwung nach außen.

Ob eine Frau ihre Augen am unteren Rand mit dem Augenbrauenstift untermalt, bleibt ihr überlassen. Es macht fotogen im Sinne von elend und gibt dem Modell jenen Ausdruck von interessanter Übernächtigkeit, der sich bis zur Verruchtheit steigern läßt. Schauspielerinnen setzen für bestimmte Rollen diesen Akzent, der bei Frauen mit sehr hellen Augen (z. B. Elizabeth Taylor) äußerst reizvoll sein kann. Wenn dieser untere Augenstrich aber einmal eingeführt ist, muß er auch erhalten bleiben, weil er für die Trägerin dann sehr typisch geworden ist. Wenn die Natur die Augenbrauen zu dicht und zu breit gemacht hat, kann man sie verschmälern, damit das Gesicht nicht gar so finster dreinschaut. Augenbrauen verhalten sich zu den Augen wie die Frisur zum Gesicht – sie sollten nicht die Hauptsache werden, sondern nur Rahmen sein. Ihre Farbe dürfte nur etwas dunkler sein als die Haarfarbe. Möchte eine Frau aber aus irgendeinem Grunde hochdramatisch aussehen, dann kann sie – wie schon gesagt – schnell zu diesem Ausdruck kommen, wenn sie nur ihre Augenbrauen eckig, dick und dominierend nachzieht. Durch nichts sind Schwerelosigkeit und Heiterkeit leichter zu verbannen. Es gibt dann noch die unzähligen, sehr fotogenen Möglichkeiten der blauen, grünen oder silbrigen Lidschatten, die Tänzerinnen besonders bevorzugen. Das ist attraktiv, im Privatleben aber nicht oft anzubringen, es sei denn im Fasching.

Weil das Lippenrot in der Regel zu wenig herauskommt, muß die Mundkontur unbedingt nachgezogen werden. Die Filmemulsion – und ähnlich die meisten Wiedergabesysteme des Fernsehens –, die rötliche Teintunreinheiten unterdrückt, zeigt natürlich ebensowenig das Lippenrot. Lippen, die sich kaum von der Haut abheben, sind fotografisch aber gar nicht vorhanden – oder bestenfalls durch ihren Schlagschatten. Sie scheinen scharf, schmal, also unweiblich. So kann eine Schauspielerin zwar in einer bestimmten Rolle, in der sie verbittert oder frigid erschei-

nen soll, auftreten, nicht aber die Frau in der normalen Bildpublizistik. Weiche, volle Lippen sind wie die Frisur und wie der Busen ein weibliches Attribut, daher fotogen und in der Wirkung auf den Bildbetrachter unbedingt kontaktfördernd, während Schmallippigkeit beim Bildbetrachter kaum Sympathien erwecken dürfte. Eine schöne Mundform muß also bei Frauen fotografisch erhalten bleiben, und falls der Mund von Natur aus zu schmal ist, muß er besonders verstärkt werden.

Die Farbgebung der Lippen ist eine Wissenschaft für sich. Ebenso wenig, wie die Frau weiß, ob sie bei direktem oder indirektem Licht fotografiert wird, ist ihr im voraus bekannt, mit welchen Kamerasystemen, Filmemulsionen, Lichtarten oder unter welchen anderen technischen Umständen sie aufgenommen wird. Eine rötliche Tapete bei Kunstlichtbeleuchtung wirkt bereits als rotes Filter, die Lippen erscheinen noch heller, und schon wirkt der Mund farblos (Abb. 49). Im Gegensatz dazu wirkt der blaue Himmel ebenso wie Blitzlicht als Blaufilter, und der gleiche Lippenstift macht sich zu dunkel bemerkbar. Für Film- und Fernsehaufnahmen werden meist der geeignete Teintgrundton und die dazu passende, wirksamste Farbnuance für den Mund, die sich nach der Art und Menge des Lichtes richtet, bekanntgegeben, und dem Modell bleibt nur übrig, die Form der Lippen zu kontrollieren.

Ungewisser ist es bei Pressefotos. Da gibt es immer die zwei Möglichkeiten: Blitzlicht, das bläulich, und Kunstlicht, das rötlich filtert. Darauf muß das private Modell die wirksamste Lippenfarbe in seinem Gesichtsspiegel bei Blaulicht und Kunstlicht abstimmen. Da vorher unbekannt ist, mit welchem Licht die Pressefotografen schießen, empfehle ich folgenden Kompromiß, der im Alltag zwar nicht besonders hübsch, aber so zweckmäßig ist, daß ihn Maria Callas (Abb. 71) auch anwendet: Um bei geblitzten Aufnahmen nicht zu dunkle, harte Lippen zu bekommen, schminkt man die Lippen orange. Um bei Kunstlicht

wenigstens die Lippenform zu erhalten, zieht man rings um diese Orangefarbe eine bläuliche Kontur. Dann ist eine Frau für alle (fotografischen) Eventualitäten ausreichend gerüstet.

Die modische Lippenstiftfarbe war seit 1956 so hell, daß gelegentlich Leichenfarbigkeit entstand, sogar bei ganz jungen Mädchen. Auf dem Bild kam eine Art «kranker» Reiz heraus statt der üblichen strotzenden Gesundheit. Als besonderen Trick kann man derartige Nuancen ab und zu verwenden, denn sie sind fotogen. Für eine bewußt positiv gelenkte, breit gestreute Bildpublizität sind sie allerdings unbrauchbar, weil sie zuwenig konturieren. Wenn also blasse Lippenfarbe Mode ist, dann gilt das für die Fotografie nur sehr bedingt.

Die ideale Mundform ist die mit gleichbreiter Ober- und Unterlippe (Marianne Hoppe, Abb. 78). Elisabeth Flickenschildt hat eine andere persönliche Note in die Form ihrer Lippen gebracht: sie schminkt sie selten sorgfältig aus, deshalb wirken sie manchmal leicht «zerfranst». Eine Wiener Kreation war früher die kurze Herzform des Mundes, die noch heute bei älteren Damen – in bläulichem Rot geschminkt – in Nizza oder Paris zu sehen ist. Eine «Schippe», also eine stark vorgeschobene Unterlippe, wie die Bardot sie preferiert, kann bei sehr jungen Mädchen reizvoll sein (Abb. 126), aber nicht bei älteren Frauen, bei denen sie leicht unliebenswürdig und mürrisch wirkt. Wenn eine solche «habsburgische» Unterlippe von Natur aus vorhanden ist, schminkt man sie nicht ganz aus, dafür aber die Oberlippe etwas stärker, um beide Lippen einander möglichst anzugleichen.

Der lächelnde, volle, also nicht verkniffene, konturstarke Frauenmund ist außerordentlich fotogen. Nicht weniger sind es appetitliche, möglichst geradestehende, sauber blitzende Zähne. Eine Zahnücke ist zwar auch ein Blickfang, wirkt aber wohl nicht im ästhetischen Sinne fotogen. Schräggestehende Zähne werfen bei Seitenlicht oft ungünstige Schatten

auf die Nachbarzähne, darum pflegt man sie für den Film zu korrigieren. Bei einem Mannequin, einer Ansagerin und erst recht bei einer jungen Filmschauspielerin wirken sich auch nur leicht vorstehende oder schiefe Zähne sofort hemmend für die Karriere aus. Anders liegen die Dinge für einen Lausbubentyp mit Sommersprossen. Der kann sogar schiefe Zähne haben.

Es hat keinen Zweck, daß eine Frau versucht, fehlerhafte Zähne dadurch zu verstecken, daß sie beim Lachen die Lippen zusammenpreßt. Der Bildbetrachter weiß genau Bescheid, und er sähe viel lieber, die Frau würde sich zu ihrem Schönheitsfehler offen bekennen oder aber ihn abschaffen. Leider ist das Thema «falsche Zähne» in Deutschland noch immer tabu. Wie imponierend menschlich wirkte dagegen das ganzseitige Foto der lachenden Eleanor Roosevelt, das vor einer Reihe von Jahren in der Zeitschrift *Life* mit der Unterschrift «Die neuen Zähne von Mrs. Roosevelt» erschien. Das ist eine kühne, aber sehr populäre positive Bildpolitik! Sie kommt bei den Intellektuellen genauso an wie beim großen Publikum.

Noch ein Wort zur Maniküre: Lange Fingernägel fotografieren sich ohne Frage besser als kurze. Ein besonders fotogener Lack ist Silber, da er die Nägel verlängert. Die Farbe der Lippen zugleich als Lackfarbe für Finger- und Zehennägel zu benutzen, ist auch nicht falsch. Orangerot aber kommt ebenso farblos heraus wie auf Lippen, und bläuliches Dunkelrot kann regelrecht schwarze Löcher verursachen.

Nach Beendigung des Schminkens, nach dem Ankleiden und Kämmen wird als letzte Kontrolle noch einmal ein Blick in den Figurspiegel bei Seitenlicht getan, und in der Handtasche sollten die beiden (angeschärften!) Lippenstifte nicht fehlen: der bläuliche Konturenstift und der orangerote.

Um das Make-up für Farbaufnahmen richtig zu machen, bedarf es einiger Fachkenntnis. In diesem Fall überläßt man das Schminken am

besten dem Maskenbildner, der dabei die Lichtzusammensetzung und die Farbempfindlichkeit der Emulsion berücksichtigt. Man sollte aber wissen, daß das Make-up bei ähnlicher Lichtzusammensetzung gemacht werden muß, wie sie später bei der Aufnahme herrscht. Farbfilme reagieren noch unangenehmer auf das zu dicke Einpudern. Es gibt Teintkosmetika, die einen schönen porzellanenen Glanz für die Farbfotografie geben. Ausnahmsweise ist hier sogar manchmal – wie in alten Zeiten – ein Hauch von Rouge angebracht, von dem man in der übrigen Fotografie inzwischen abgekommen ist. Sehr attraktiv sind auch für die Farbaufnahme hellgrün-silbern schillernde oder bläuliche Lidschatten, aber natürlich nur, wenn es für den bestimmten Zweck geeignet ist.

Ist Schmuck bei der Bildpublizität überhaupt angebracht? Eigentlich gibt es nur bei gesellschaftlichen Anlässen einen wirklichen Grund, *großen* Schmuck anzulegen. Königinnen, die sich auch bei Brückeneinweihungen verpflichtet fühlen, Pretiosen zu tragen, sind selten geworden. Trägt eine Dame bei ihrem Fernsehinterview am Nachmittag dicke glitzernde Brillanten, gilt sie beim Bildbetrachter schnell als «überschmückt», und das bedeutet leicht: als Angeberin. Zum Glück für manche prominente Frau hält das Publikum ihre echten Juwelen für Modeschmuck, und den verzeiht es zu jeder Tageszeit. Manche Frauen tragen Schmuck zur Hebung ihres Selbstbewußtseins und fühlen sich nur gehoben, wenn er auch echt ist. Für sie selbst mag das von Bedeutung sein, für den Bildbetrachter nicht. Im Bild läßt sich Gold von einer billigen goldfarbenen Metallegierung und ein echter Stein von einem synthetischen nicht unterscheiden.

Brillanten und stark reflektierende Steine sind bei Live-Aufnahmen auf dem Bildschirm sowie auf dem Pressefoto schwer wiederzugeben. Das Gefunkel und Geblitze kommt besonders bei der Großaufnahme

meist als unscharfer, fleckiger Flimmerregen heraus. Bei Figurenaufnahmen pflegt die Schärfentiefe größer zu sein, und der Schmuck erscheint deutlicher.

Eine Frau, die gewohnt ist, mit Schmuck in der Öffentlichkeit aufzutreten, sollte ihre Kleiderausschnitte zu dem jeweiligen Schmuck passend wählen, und nicht umgekehrt. Im Gegensatz zur landläufigen Meinung ist ein Schmuckstück auf das richtige Kleid angewiesen. Man findet aber immer wieder, daß irgendein Schmuck zu irgendeinem Kleid angelegt wurde. Auch hier gilt wieder, daß sich das Ruhige dankbarer fotografiert als die formenreiche Verzierung. Ein massiver goldener Reif ist also für die Porträtaufnahme fotogener als eine Goldkette aus vielen dicken Gliedern. Überhaupt ist mattes handgegossenes Gold, nach Ansicht der Goldschmiede zwar zu grob, konfektioniertem Goldschmuck vorzuziehen. Ein feines Goldkettchen, das, ein- oder zweimal um den Hals geschlungen, jugendlich macht und bescheiden funkelt, fotografiert sich gut. Voraussetzung ist aber, daß der Hals nicht zu mager ist oder sich etwa basedowisch wölbt – ein Nachteil vieler Mädchenhäuse. Als Antireflexmittel bei allen hellen Kleidern, in deren Ausschnitt man aus irgendeinem Grund kein dunkles Tuch anbringen kann, eignen sich ganz hervorragend möglichst kleine, mehrreihige Schnüre mit dunklen Steinen, unregelmäßig um den Hals gehängt. Sie nehmen keinen Millimeter von der Halsbreite weg und können ungünstige Reflexe sehr attraktiv neutralisieren.

Rubine, Smaragde, Saphire und auch Halbedelsteine sind fotogen, wenn sie nicht nur auf der Haut, sondern auch auf dunklen Stoffen getragen werden. Natürlich sind geschliffene Steine auf einem schlichten Pullover in gewisser Hinsicht ein Stilbruch, doch lebt gerade davon so manches Bild. Es ist also einer der wenigen erlaubten, weil fotogenen Stilbrüche. Ein einzelner kleiner Brillant ist ein hübscher Akzent, wenn sein scharfer Strahl die (beabsichtigte) Eintönigkeit eines Pullovers unterbricht.

Wenig Sinn haben alle Anhänger, Medaillons und Broschen, weil man sie nicht genau erkennen kann. Eine Ausnahme bildet die schlichte Form des Kreuzes. Es gibt jedoch nicht viele Möglichkeiten einer geschmackvollen Verwendung des Kreuzsymbols in der höchst weltlichen Bildpublizistik. In der Kombination mit einem tief ausgeschnittenen Pulli oder einem sehr frechen Kleid wirkt es frivol. Aber immer ist es ein fotogener Blickfang.

Ideal fotografieren sich Perlen. Sie bleiben auch im grausamsten Seitenlicht unaufdringlich und matt. Fotografen haben gern einen ganzen Perlenkragen von fest montierten, gleichgroßen Perlen in mehreren Reihen. Das wirkt jung und sauber. Aber noch bildwirksamer ist die lange Kette, die improvisiert und unkonventionell mehrmals um den Hals geschlungen wird (Abb. 115). Unbeliebt ist die kleine, kurze Perlenkette («Jeder kennt sie an mir, ich lege sie nie ab!»), mit der sich unzählige Damen schmücken. Neben Kinn, Halsansatz und Ausschnitt gräbt sie eine neue Linie in den meist dunklen Pullover ein. Auch im großen Ausschnitt ist diese Kette mit den vorn verdickten Perlen unfotogen. Solch ein Schmuck ist ganz und gar unpersönlich. Sich verjüngende Perlenschnüre rufen merkwürdigerweise einen ähnlichen, etwas süßlichen Effekt auf Bildern hervor, wie es der «Makart-Strauß» früher tat, der nur für eine Seite dekoriert wurde. Allerdings werden die Perlen auch deshalb nach hintenzu kleiner, weil sie sonst allzusehr die Nackenlinie verkürzten. Auch alle Formen von Bändern sind sehr fotogen.

Im Gegensatz dazu kann am Handgelenk vieles getragen werden, was als Halsschmuck zu sehr vom Gesicht ablenken würde. Ein fotogener Blickfang sind alle schmalen und breiten, massiven Metallreifen.

Ein Charakteristikum der deutschen Frau ist, daß sie zu allen Tages- und Nachtzeiten eine Uhr trägt. Zum Abendkleid z. B. die dazu passende «Brillantuhr». Es wäre fotogener, die Schmuckuhr wenigstens als Arm-

band zu kaschieren. Schwarze Uhrenbänder «zerschneiden» oft das Gelenk, große Uhren beschweren es zu sehr.

Ohrschmuck (Ohringe, -klips und -gehänge) ist ein hervorragendes Mittel, modisch fotogen zu machen und aufzufallen. Von einem schon vorhandenen fotogenen Gesicht lenkt er aber oft unnötig ab. Gut machen sich kleinere Ohrperlen in allen Farben und alles, was nicht schaukelt oder glitzert. Lang hängende Formen verzittern rettungslos jede Aufnahme und verursachen darüber hinaus leicht ein sehr großes Ohrläppchen. Ein Blickfang an den Ohren jedoch verleiht jedem Gesicht eine auffällige Querbetonung.

Für die Abendgarderobe kann etwas Blankes oder Blitzendes im Haar ganz apart sein; es ist bei schlichten Frisuren kleidsamer als bei ohnehin unruhiger Haartracht. Brillanten und Diademe auf dem Kopf «krönen» traditionsgemäß, sie sind ungemein fotogen, aber nicht für jeden Frauentyp tragbar. Ein hübscher Kamm, der vielleicht gleichzeitig die Funktion hat, die Frisur zu befestigen, kann dagegen eine gute Kompromißlösung sein.

Der «unechte» Modeschmuck, der sich so erstaunlich durchgesetzt hat, ist in ganz besonderem Maße fotogen. Mit ihm will niemand eigentlich repräsentieren, und das macht ihn so heiter und unkonventionell. Er dekoriert malerisch und phantasievoll, nie pompös. Darum ist die geknotete lange Kette aus gefärbten Maiskörnern oder der bunte Kranz aus kleinen Glasperlen fotografisch genauso reizvoll wie das teuerste Perlenkollier und gewiß fotogener als geschliffene Steine, die «hart» machen können und stark reflektieren.

Schmuck kann also auf der Fotografie sehr wirksam sein, muß aber mehr als jedes andere Beiwerk nach kompositorischen Gesichtspunkten ausgewählt werden und nicht nach dem Preis. Kay Kendall trug in der letzten Rolle ihres Lebens als Partnerin von Yul Brynner einen beson-

ders stilsicher gewählten Brillantschmuck. Er bestand aus regelmäßig geschliffenen gleichgroßen Brillanten, die, kaum sichtbar, wie eine ruhige Schnur am Halsansatz lagen. Trotz ihrer Kostbarkeit wirkten sie nicht aufdringlich, sondern kunstvoll und höchst elegant.

Der kostbarste und beste Schmuck für eine Frau vor der Kamera ist immer derjenige, der sich nicht vordrängt, sondern dem Antlitz den Hauptanteil an der Wirkung der Persönlichkeit überläßt.

Bei uns legen die Frauen vor der Kamera gern die Brille ab, denn sie ist noch immer unpopulär, sie geniert ihre Trägerin. Anders in Amerika. Dort hat man aus der Tatsache, daß die meisten Menschen zu irgendeiner Zeit mit Augengläsern rechnen müssen, die Konsequenz gezogen und die Brille zu einer Art modischem Beiwerk gemacht. Nicht nur hat man der Frau die Brille als Symbol der Intelligenz aufgesetzt – was ja das einfachste ist –, man hat für jeden Typ die schicke, feminine, temperamentvolle, naive oder dezente Brillenform gefunden. Da sie so niemals «kalt» und als Fremdkörper wirkt, sondern gelegentlich sogar den Sex unterstreicht, kommt sie beim Bildbetrachter auch ohne weiteres gut an.

Porträtfotografen und Kameraleute sind darüber froh, denn es gibt nichts Unglückseligeres als eine Brillenträgerin ohne Brille auf der Fotografie oder in der Fernsehsendung; denn wer vor der Kamera nichts sieht, dessen Gesicht ist von nichts erfüllt und überzeugt niemand.

Schwerer haben es Bühnenschauspielerinnen. Sie können nur dann mit Brille auftreten, wenn die Rolle es vorschreibt oder zuläßt. Sonst müssen sie notfalls Haftschalen tragen. Sängerinnen können dagegen nie auf Augenkorrekturen verzichten, weil sie dauernd den Dirigenten beobachten müssen. Für sie kommen nur Haftschalen in Frage, oder der Dirigent müßte sich nach der Sängerin richten. Das kommt vor.

Eine Brille wirkt typprägend. Die amerikanische Brillen-«Mode» ist deshalb für die Fotografie sehr angenehm. Auch bei uns beginnt sie sich durchzusetzen. Man kann sich heute schon nach eigenen Angaben eine Originalbrille anfertigen lassen, die genauso individuell zugeschnitten ist wie etwa ein Modellkleid (Abb. 116). Welche Möglichkeiten für Unfotogene, sich apart und unverwechselbar zu machen! Eine bislang nicht fotogene Frau kann jetzt allein durch «ihre» Brillenform im Gedächtnis des Bildbetrachters haftenbleiben. Da gibt es die großen, runden Kinder-Augenformen, die jugendlich machen, interessante Katzenaugenformen für Flachgesichtige oder die edelsteinbesetzte Schmuckbrille – um nur ein paar zu nennen.

Auch bei den Damen, obwohl sie sich mehr Formenspiel leisten können als die Herren, ist von allzu bewegten Mustern abzuraten. Als Farbton der Fassung ist die Wiederholung des Grauwerts der Haare zu empfehlen. Daß eine Celluloidbrille, zu echtem Schmuck getragen, ein Stilbruch ist, läßt sich denken. Celluloid paßt zum sportlichen Anzug und zum Vormittagskleid, aber nicht für die Abendgarderobe. Es ist zweckmäßig, sich eine geeignete Abendbrille anzuschaffen und nach ihr den Schmuck und das Kleid für die Fotografie zu wählen. Unsere Optiker sind noch nicht so weit, daß sie zu Schmuck und Garderobe von sich aus eine passende Brille erfinden.

Die formbegabten Italiener stellen recht aparte Abendbrillenmodelle her. Aber wo bleibt der dazu passende Schmuck? Künstlerische Formgestalter haben hier noch eine echte Aufgabe vor sich.

Wenn Schmuck und Brille nicht zusammen passen, läßt man auf der Fotografie am besten eines von beiden weg: wahrscheinlich den Schmuck, da man ohne die Brille schlecht auskommt. Der Verlust an Wirkung ist nicht so schlimm, wie es zunächst scheinen mag, denn eine gute Brille kann sehr wohl die Rolle des Schmuckens mit übernehmen.

Allerdings entsteht bei der Fotografie von Augengläsern ein besonderes technisches Problem dadurch, daß die Brille der Kurzsichtigen die Augen verkleinert und die der Übersichtigen und Alterssichtigen die Augen vergrößert. Die Alterssichtigen können wir hier außer acht lassen, da sie die Gläser nur aufsetzen, wenn sie in der Nähe sehen wollen. Für die Fotografie werden sie sie also abnehmen. Die Kurzsichtigen können sich dagegen nicht ohne weiteres von ihrer Brille trennen. Da aber ihre Gläser von einer bestimmten Schärfe ab die Augen zu sehr verkleinern, sollten sie sich für das Foto eine etwas weniger korrigierende «Kompromißbrille» anschaffen.

Gern wird der Augenfehler und die Notwendigkeit, Gläser zu tragen, durch eine dunkle Brille getarnt, die immer ein wenig geheimnisvoll und interessant, also fotogen wirkt. Gefährlich wird die Angewohnheit, eine dunkle Brille zu tragen, aber dann, wenn man die Gläser erst kurz vor der Aufnahme, z. B. im Fernsehstudio, abnimmt und das grelle Scheinwerferlicht nun erbarmungslos in die verwöhnten Augen sticht. Dann kann man nur noch hoffnungslos «plieren».

Frauen mit hellen Augen sollten nicht zu oft und nicht zu dunklen Blendschutz tragen, falls sie damit rechnen müssen, ohne Vorwarnung fotografiert zu werden. Die Augen müssen «im Training» bleiben, sie sind ja für das Normallicht geschaffen, das ihnen stets weniger schadet als ein rascher Wechsel zwischen dunkler Brille und starkem Licht. Gerade fehlerhafte Augen werden auf diese Weise doppelt geschockt, sie sehen nichts und sind auch noch geblendet, und das ist selbstverständlich zuviel auf einmal.

Entweder müssen alle Brillenträgerinnen die Gläser früh genug vor der Aufnahme abnehmen oder sie aufbehalten. Alles andere ist für die Fotografie ungünstig.

Das «eigene Gesicht»

Es gibt Menschen, deren Kopf sich immer, auch unter den unfotogensten Umständen, irgendwie heraushebt und deren Gesicht auf eine merkwürdige Weise *unverwechselbar* ist. Man erkennt sie jedesmal sofort. Niemals hätte jemand bei einer Begegnung mit George Bernard Shaw, Boris Pasternak oder Winston Churchill gesagt: «Ich habe ihn schon gesehen, aber ich weiß nicht, wo ich ihn hintun soll.» Wenn das von einer ehemaligen Größe gesagt wird, dann hat sie kein *eigenes Gesicht* gehabt.

Wer solch ein «eigenes Gesicht» schon mit auf die Welt gebracht hat, braucht sich um seine Bildpublizistik keine großen Sorgen mehr zu machen. Zu diesem Typ gehören Künstler, Unternehmer, Direktoren, Kaufleute, Facharbeiter, Handwerksmeister und Bauern – fast immer innerlich unabhängige Menschen.

Ein unverwechselbares, eigenes Gesicht aber müssen sich alle diejenigen suchen, die fotografisch nicht besonders auffallen. Das sind die meisten Frauen, aber auch Beamte und Angestellte, also Menschen, die im Alltag in Abhängigkeit leben müssen. Sie sind zwar gerade dadurch, daß sie sich einordnen, sympathisch, aber der überfütterte Bildbetrachter – darüber habe ich schon gesprochen – sieht sie einfach nicht genug. Wenn ein solcher Mensch im öffentlichen Leben stehen und eine zuverlässige, gute Bildpolitik betreiben will, muß er seinem Gesicht etwas Unverwechselbares geben. Dazu gehört ein bißchen Zivilcourage, Mut, aus sich herauszugehen, und Abstand sich selbst gegenüber.

Beobachtet man einen Menschen im Badeanzug, der mit Schwimmkappe oder klatschnassen Haaren aus dem Wasser steigt, sieht man seine «Urform». Bemerkenswert daran ist, daß er, auf die einfachste Linie gebracht, von Natur aus ebenso unverwechselbar ist wie ein Kind, ein Mensch aus einem Naturvolk oder ein Tier. Er hat einen typischen Gang, eine außerordentlich typische Figur und, vor allem, einen typischen Kopf. So einfach ist das. Natürlich kann man nicht jeden Menschen in

einen nassen Badeanzug stecken, um seine fotogene Urform herauszuholen, aber man fragt sich doch, wie es möglich ist, daß sich durch hinzugefügte Äußerlichkeiten der prägnante Typ oft so verwischt.

Der heutige Mensch ist gezwungen, in riesigen Gemeinschaften zu leben und – wenn er Ruhe und Frieden haben will – sich mit der Mimikry seiner Umgebung zu tarnen. (Der Individualist spielt heute eine recht anstrengende Rolle.) Diese Mimikry aber ist es, die so sehr verwechselbar macht. Früher gab es Platz genug: die Menschen konnten sich ihr Leben nach eigenen Vorstellungen einrichten. Sie hatten Zeit, sich ihre Kleidung selbst zu stricken und zu weben. Die Mode ging so langsam um die Welt, daß jeder für lange Zeit ein charakteristischer Typ war.

Heute sind die Menschen überhastet, übermüdet, dankbar für jeden Zeitgewinn; man trägt Kleidung «von der Stange». Und sie ist es, die uns alle einander so ähnlich macht. Kommt eine neue Modelinie heraus, beginnen die fleißigen Fließbänder alsbald ihr Werk und übergießen die Menschheit mit der Soße gleichmachender Konfektionskleidung. Diese Gleichmacherei muß also unterbrochen werden, wenn der bildmüde Betrachter aufmerken soll. Eigentlich ist es nicht die Konfektion als solche, die leicht verwechselbar macht; das kann genauso auch ein Modellkleid tun. Man sollte nicht ein Kleidungsstück nur deshalb anschaffen, weil es modisch ist, also nicht Mode um der Mode willen mitmachen; Kleidung und modisches Beiwerk müssen Rahmen und Hintergrund bleiben und dürfen nie zur Hauptsache werden. Die Herren richten sich schon mehr danach, die Damen jedoch unterliegen sehr den Verführungen der Mode, die jedes halbe Jahr auf sie zukommen. Da hat alles seine Eigenwirkung: Muster, Biesen, Falten, Krausen, Schnallen, Knöpfe, die Handtasche mit schwerem Goldbügel, die Handschuhe mit dicken Nähten oder Languetten, und nicht zuletzt die Schuhe mit ihren wieder andersgearteten Verzierungen. (Jeder Fabrikant bereichert seine

Artikel durch eigene Arabesken.) Wenn man sich das alles zusammen vorstellt, wird ganz deutlich, wie jedes Einzelstück, mag es für sich betrachtet auch ganz hübsch sein, Unruhe verbreitet. Das gibt oft ein Gewirr von verschiedenen Stilrichtungen an *einer* Frau. Hier gilt es also, System in die persönlichkeitsmindernde Staffage zu bringen.

Der nackte Mensch hat unverwechselbare Merkmale. Man kann also vor dem Figurspiegel jedes einzelne Stück der Kleidung und des Beiwerks ausprobieren, um zu sehen, welches den Typ «verwässert» und welches ihn erhält oder unterstreicht.

In der Bildpublizistik «verkauft» sich Häßlichkeit meist besser als Schönheit. Sie prägt sich nicht nur anhaltender dem Gedächtnis ein, sondern sie wirkt auch sympathisch, weil der Bildbetrachter sich unbewußt schöner fühlt, als der ist, den er sieht. Es ist also im Sinne guter Bildpublicity klug, eine etwa vorhandene körperliche Unvollkommenheit ruhig zuzugeben. So trägt Audrey Hepburn ihre Knochigkeit, Zuckmayer seine schiefe Nase, Adenauer sein «Fuchsgesicht», Laughton seine Fülle, Fernandel sein «Pferdegebiß» und Sartre sein schielendes Auge. Sogar die Schauspielerin Paula Wessely «arbeitet» ganz bewußt mit ihrem zwingenden Silberblick. Vollkommenheit ist oft langweilig. Ich finde zum Beispiel diejenigen Skulpturen Michelangelos am schönsten, die er nicht mehr zu Ende gebracht hat, die noch ungeglättet, rau und ruppig halb im Stein sitzen.

Wenn körperliche Eigenheiten vorhanden sind, auf denen ein möglichst unverwechselbarer *Typ aufgebaut* werden kann, so ist das nicht nur eine sehr einfache Methode, sondern der Betreffende ist damit zugleich unabhängig von anderen, weniger zuverlässigen Gegebenheiten. Man kann aber auch schon durch eine eigenwillige Frisur, die die Umwelt dann immer mit ihrer Vorstellung von diesem einen Menschen in Verbindung bringt, sehr charakteristisch sein. Ich habe aus diesem Grund an anderer Stelle über fotogene Haartrachten sehr ausführlich gesprochen. Wesent-

lich ist aber, daß die Frisur nicht nur fotogen ist – das kann auch bei Modefrisuren durchaus der Fall sein –, sondern daß sie typprägend und möglichst zeitlos ausgewählt wird in allen Fällen, in denen es sich nicht um Modepublicity handelt. So trägt die Garbo glatt hängendes Haar, Renée Sintenis seit vierzig Jahren den Herrenschnitt, Poelzig trug Ponys, die Kaiserin Eugénie mächtige Flechten, die Colette einen grauen Krauskopf, Ebert einen typischen Spitzbart zum Bürstenschnitt, Cocteau hat Locken und Max Bill eine Zwei-Millimeter-Schur.

Es gibt bedeutende Menschen, die dadurch bekannt geworden sind, daß sie es ähnlich machten wie die großen Farbfotografen: immer ein wenig auf dem schmalen Grat wandelten, wo es «gewagt», das heißt ungewöhnlich wird, wo von hundert Menschen höchstens zwei folgen können. Die übrigen achtundneunzig werden dann zum Widerspruch gereizt und dadurch angesprochen.

Die Ansicht der eigenen Familie ist dabei selten brauchbar; sie pflegt zu sehr von privaten Vorstellungen beeinflusst zu sein. Hier aber geht es um Entscheidungen, die von anderen Standorten aus richtiger gesehen werden, ja, das Urteil der Gegner ist oft treffender und darum wichtiger als das der Freunde. Wer von uns kennt nicht die Rufe der Ablehnung, wenn man eine gänzlich neue Haartracht ausprobiert! («Entsetzlich, zu alt, viel zu streng! Die alte Frisur war viel netter!») Unter hundert Stimmen sind höchstens zwei, die dann sagen: «Endlich eine aparte Linie!»

Wer sich in die Öffentlichkeit begibt, kann mit Halbheiten und Vorsicht keinen zuverlässigen Erfolg erzielen. Wer sein Fotogensein manipulieren muß, ist also gut beraten, wenn er auf die Unbequemen hört. Die Bequemen, die gern den Weg des geringsten Widerstandes gehen, können in allen Fragen der wirklich «zündenden» eigenen Bildpolitik nicht raten; sie befürworten das Glatte, Unauffällige, nicht aber den «Angelhaken», auf den es ankommt.

Der «eingebaute Haken»

Was kann ich denn *noch* tun? werde ich oft von Debütanten in der Bildpublicity gefragt, denen es mit dem Bekanntwerden und dem Haftenbleiben ihres Porträts nicht schnell genug geht. «Sie können einen ‚Haken‘ einbauen», schlage ich vor. «Einen Haken?» – «Ja, etwas, womit sich ihr Bild im Gedächtnis des Betrachters *festhakt*.» Und wir überlegen, wie und wo das möglich sei. Das müssen wir genauso ausprobieren wie der Angler, der nacheinander verschiedene «Fliegen» ins Wasser wirft, um zu sehen, bei welchen die Fische beißen. Mancher Angler – nach Fischen oder nach dem Publikum – wirft, wenn er den richtigen Köder gefunden zu haben glaubt, immer wieder denselben aus, ein anderer wechselt ihn lieber.

Es entstehen also Bilder, in die ein solcher Haken eingebaut ist. Entweder hat der Fotograf ihn manipuliert, oder das Modell bringt ihn bereits selbst mit. Ist der Haken vom Fotografen inszeniert, ist er meist mit dem Foto gekoppelt und darum nur einmal zu verwenden (Abb. 143 und 144). Kräftiger und dauerhafter und unabhängig von den Ideen eines Fotografen aber ist der Haken, den das Modell mitbringt.

So trägt die ohnedies profilierte Anna Magnani als zusätzlichen Haken ihre schwarzen Haare wild und ungekämmt. Die Pianistin Elly Ney manipuliert ihren Typ «à la Beethoven» und trägt als weiteren Haken einen faustgroßen Topas an einer mächtigen Halskette. Harald Kreutzberg ließ sich eine Glatze rasieren (weitere Beispiele Abb. 134, 136, 137 und 138).

Karl Valentin trat in unzählig verschiedenen Masken von grotesker Häßlichkeit auf und war doch in jeder einzelnen so unverwechselbar derselbe, auch privat tragikomische, häßliche große Valentin. Charlie Chaplin erschien in seinen Glanzzeiten stets mit dem gleichen tief-schwarzen Schnurrbart und in dem Aufzug, der niemandem beschrieben zu werden braucht. Wäre er von Rolle zu Rolle anders zu sehen gewesen,

so hätte er bestenfalls den Ruhm eines guten Schauspielers geerntet, aber nicht die geschichtliche Bedeutung des philosophischen Clowns Chaplin erreicht. Niemand denkt mehr daran, daß im Grunde beide Komiker anfangs aus der Not eine Tugend machten, als sie sich ihren Haken wählten. Es ging am Beginn ihrer Karriere nicht darum, sich *noch* fotogener zu zeigen. Sie mußten zusehen, daß sie überhaupt erst einmal bemerkt wurden. Solche Zeitgenossen bleiben also nicht nur als starke Persönlichkeiten oder Künstlerfiguren im Gedächtnis des Publikums haften, sondern leben außerdem lange Zeit von ihrem ganz bewußt zusätzlich manipulierten Haken.

Andere Modelle konstruieren den schnellen, frechen Gag, die kurzlebige, aber frappierende Pointe.

«Ich muß mir etwas Neues einfallen lassen», sagte Salvador Dali, das *Enfant terrible* der modernen Kunst, und zersauste seinen sonst spitz aufgezwickelten, dünnen Schnurrbart, mit dem ihn alle Welt kennt. Damit warf er einen neuen Haken nach dem Bildbetrachter aus. Er hatte sich diesen Gag eigens für mich als deutsche Fotografin ausgedacht; in Amerika oder England wäre er damit kaum angekommen, weil man die Anspielung auf die Bartform «à la Nietzsche» nicht verstanden hätte. Zusätzlich steckte er sich noch eine Blüte wilden Jasmins hinter das Ohr (Abb. 133). Ein besonders großes Repertoire an «Haken» steht korpulenten Menschen zur Verfügung, sofern sie den Mut haben, sich zu ihrer Figur zu bekennen und sie möglichst noch zu übertreiben, sei es ins Gemütliche (etwa durch die dicke Zigarre) oder ins Komische (Abb. 146 und 147). Wer seinen «Haken» gewissermaßen angewachsen mitbringt, hat es viel leichter, natürlich und zugleich einprägsam zu wirken, als derjenige, der ihn erst für die *Publicity* konstruieren muß.

Ein Starlet, das mit aller Gewalt in die Zeitung kommen will und zu ungeduldig, zu unerfahren oder auch zu arm ist, um systematisch einen

Typ aufzubauen, mag versuchen, mit gewaltiger roter Mähne, ultratiefem Ausschnitt oder gar einem Minimum an Bekleidung einen Haken zu konstruieren. Doch der Vorbilder in dieser Branche sind viele, und manches Starlet macht als Nachahmerin nur für sein Vorbild Reklame, statt für sich selbst. Eine peinliche Erkenntnis.

Der Haken in der Bildpublizistik ist vielleicht oft nur ein optischer Effekt und nicht immer eine tiefgeistige Angelegenheit, aber damit der erwählte Haken wirklich Erfolg hat und beim Bildbetrachter «zündet», muß er Phantasie, Witz und Originalität haben.

Ein Mensch, der die Kunst, fotogen zu sein, erlernen will – das sei als Abschluß dieses Kapitels nochmals gesagt –, gewinnt nichts, wenn er den heute üblich gewordenen Ehrgeiz hat, dauernd der allerneuesten Mode nachzulaufen. Nicht der *Imitierende* wird gesehen – er geht im Heer der anderen Nachahmer unter –, sondern immer nur das *Original*.

Die Kunst, fotogen zu sein, ist die Kunst, original zu sein.

IX

DAS FOTOGENE BILD DER SPIELE

Je anstrengender der Alltag wird, desto mehr sucht und braucht der Mensch Entspannung. Er findet sie in Form von körperlichen oder geistigen Ausgleichsbeschäftigungen, in seinen Hobbys, im Sport, vor allem aber in der Unterhaltung – als Zuschauer. Seitdem es Kino und Fernsehen gibt, ist das passive oder zumindest bequeme Zuschauen und Betrachten populärer als die aktive Beteiligung. Die althergebrachte, geistig anspruchsvolle und daher meist weniger bequeme Unterhaltung, die die ernsthaftere Bühne bietet, hat es nicht leicht, sich gegen die Konkurrenz von Leinwand und Bildschirm durchzusetzen. Die Ausbreitung der Television, die dem Film so große Sorgen macht, wirkt sich inzwischen auch spürbar auf den Theaterbesuch aus. Die Situation ist schon jetzt so ernst, daß die Bühnen, besonders die nicht vom Staat unterhaltenen, für ihr Programm wie für Markenartikel systematisch Werbung treiben müssen, wenn sie lebensfähig bleiben wollen. Das Foto im Schaukasten und das neugierig machende Szenenbild in einer Tageszeitung oder gar in einer überregionalen Illustrierten soll Besucherströme anlocken, soll aber auch die offiziellen Stellen, die Subventionen zahlen, von der Güte und der publizistischen Anerkennung der Theateraufführungen überzeugen. Es kommt also darauf an, auch Kreise von zunächst Uninteressierten anzusprechen.

Oscar Fritz Schuh, der bekannte Regisseur und Theaterleiter, sagte kürzlich zu mir: «Die Fotografen dürfen auf meiner Bühne alles! Wir sind ja in einer bisher noch nicht dagewesenen Weise von der Fotografie abhängig.» Das war weniger ironisch als resignierend gemeint; es charakterisiert jedoch die gegenwärtige Situation.

Unter den darstellenden Künsten ist der Tanz am fotogensten. Er zündet beim breiten Publikum aus ähnlichen Gründen wie auch der Sport. Um vollkommene Körperbeherrschung und die Harmonie der Figuren bewundern zu können, braucht man keine Vorbildung. Der

Fotograf hätte es also bei der Fotografie des Tanzes leicht, wenn sich nicht das technische Handikap ergäbe, daß er wegen der Schnelligkeit der Tanzbewegung auf der Bühne sehr viel Licht braucht und auf zusätzliches Blitzlicht deshalb kaum verzichten kann. Der Blitz aber tötet die Atmosphäre und läßt die fließende Bewegung der Tanzformen einfrieren – und jede Starre widerspricht den Grundgesetzen des Tanzes (Abb. 152). Sein Wesen ist die überwundene Erdschwere, die Leichtigkeit. Daher werden Fotograf wie auch Betrachter sich lieber mit einer leichten Unschärfe abfinden, weil nur so die Bewegung zum Ausdruck gebracht werden kann (Abb. 153). Oft genug sieht man Aufnahmen von in der Luft erstarrten Tänzern. Es sollte ein Sprung dargestellt werden, man erkennt auch die Körperbeherrschung, aber man vermißt die Beziehung zur Szene, die Andeutung des choreografischen Motivs und der Höhe des Sprunges und seiner Schwerelosigkeit, an denen man den guten Tänzer erkennt.

Wichtig ist der richtige Standpunkt der Kamera. Fotografiert man zu sehr von unten, also aus den ersten Parkettreihen heraus, zeigt das Bild die Beinpartie gedrungen und verkürzt, die Köpfe zu klein. Bei einer Aufnahme von oben läßt sich zwar die Choreografie besser darstellen, aber die Figuren haben jetzt zu dicke Köpfe und zu kleine Beine, vor allem, wenn der Fotograf zu wenig Abstand hat. «Schießt» man eine einzelne Tänzerin aus der Szene oder aus der Gruppe heraus, fehlt die Beziehung zum Ganzen. In der Presse werden freilich Totalaufnahmen allenfalls vom klassischen Gruppentanz, vom Volkstanz mit seinen symmetrischen Figuren und erst recht vom Ballettkorps einer Revue gebracht, sonst aber ist das Gesuchteste die Primaballerina auf der Spitze.

Soll ein auf Sport oder Politik spezialisierter Presse- bzw. Agenturenfotograf plötzlich einen «Knüller» vom Theater liefern, läßt er sich, als

Neuling auf diesem Gebiet, von dem Geschehen auf der Bühne so hinreißen, daß er versucht, den dramatischsten Augenblick des Spieles hinterher ebenso hochdramatisch noch einmal nachmimen zu lassen (während der Aufführung darf er ja nicht blitzen) und den Dolchstoß in Desdemonens Brust oder einen anderen ekstatischen Ausbruch mit Blitz in Großaufnahme festzuhalten. Solche provinziellen Knalleffekte wirken peinlich und laut und geben ein grobes, verfälschtes Bild einer oft ausgezeichneten Inszenierung. Die einzige Möglichkeit für ein authentisches, lebendiges Bild von einer Inszenierung ist das Live-Foto, vorausgesetzt, der Fotograf hat einigermaßen ausreichendes Licht.

In der atemlosen Stille der Schauspielproben oder -aufführungen wirkt das Klicken des Kameraverschlusses wie ein Schuß, selbst wenn der Fotograf seine Aufnahmen mit langer Brennweite aus größerer Distanz macht. Leider hat die Industrie bis jetzt noch keine lautlose Kamera herausgebracht. Daher sehen es viele Regisseure nicht gern, wenn während der Haupt- und Generalproben fotografiert wird, und dem Pressefotografen bleibt gar nichts anderes übrig, als die Szenen, die er sich vorher als geeignet ausgesucht hat, gegen seine Überzeugung in der Pause oder nach den Proben mit den Schauspielern noch einmal zu stellen. Um Bewegung ins Bild zu bringen, bittet er, die Rolle etwas «anzuspielen». Der Schauspieler, der sich aus verständlichen Gründen auf der letzten Probe noch mit tausend anderen Dingen beschäftigen muß, kann selten aus dem Stegreif sogleich wieder echt beteiligt sein, obwohl er besten Willens ist. Die Aufnahme enthüllt ganz eindeutig, ob es gelungen ist oder nicht (Abb. 167 und 168). In den meisten Fällen ist die Atmosphäre einer gestellten Szene merklich dünner als die in der Aufführung. Den an guter Publicity interessierten Schauspielern wäre es darum lieber, wenn die Aufnahmen trotz der Störungen durch den Fotografen während der Probe als Live-Fotos gemacht würden.

Der künstlerisch ambitionierte Theaterfotograf wird immer versuchen, das lebendige Spiel zu fotografieren. Mit einiger Mühe ist es bei den meisten Schauspiel- und Operninszenierungen im Gegensatz zum Ballett auch gar nicht so schwer, eindrucksvolle, sogar noch für den Zeitungsdruck geeignete Bilder im natürlichen Bühnenlicht zu machen (Abb. 150, 155, 157, 165 und 166). Es gibt Regisseure, die den Fotografen erlauben, ihre Inszenierung rechtzeitig zu studieren, weil sie wissen, wie wichtig es ist, daß der Bildjournalist die Auftritte und die fotogenen Höhepunkte kennt. Daß ein versierter Theaterfotograf das Stück, das er aufnehmen will, zumindest gelesen hat, versteht sich von selbst.

Bei der Operaufführung übertönt die Musik jedes störende Kamera-geräusch, aber dafür gibt es andere Schwierigkeiten. Nennen wir das heikelste Problem zuerst: Selten sind Sänger sehr schlank, und oft unterstützen sie die Atmung mit allzu vielen Gesten. Die «große Opernpose» wird heute aber nicht mehr gern publiziert. Sänger werden ihrer Stimme wegen engagiert, weniger wegen ihrer schauspielerischen Qualitäten. Regisseure mit Schauspielambitionen, wie Gründgens, Rennert, Schuh und Wieland Wagner, die außerordentlich auf gutes Spiel achten, gehören zu den Ausnahmen. Leider aber läßt sich auch die schönste Stimme der Welt nicht fotografieren. Auch hier versucht der aktuelle Fotograf die Szene für die gut ausgeleuchtete Großaufnahme zu stellen. Aber wenn es schon für den Schauspieler oft schwer ist, zu «sein», statt nur zu «scheinen», so gilt das in noch stärkerem Maß für den Sänger. Erbarmungslos enthüllt und verstärkt die Kamera jede Mimik, die nicht ganz von innen kommt. Wenn übrigens ein Sänger den Mund gerade weit geöffnet hat, sollte man ihn lieber nicht fotografieren, es sei denn, die Aufnahme soll komisch wirken, wie bei Abb. 148.

Der Bühnenraum selbst ist besonders fotogen, wenn er leer ist, d. h., wenn der Darsteller nicht an den Kulissen «klebt», sondern von «Luft»

und Atmosphäre umgeben ist, wenn es Vorder- und Hintergrund gibt, wenn nicht allzu viele Lichter blenden oder gar als Kronleuchter aus den Köpfen der Schauspieler wachsen, wenn nicht aufdringlich gemusterte Tapeten und blickfangende Dekors die Aufmerksamkeit vom Darsteller (fotografisch!) ablenken. Leider wagen nicht alle Regisseure, den Handlungsort nur anzudeuten. Noch immer sind die Bühnen allzu sehr mit naturalistischen Kulissen und Requisiten vollgepackt. Eine zu volle Szene ist ganz und gar unfotogen, weil die Darsteller selbst zu Requisiten degradiert werden (Abb. 156). Besonders ungünstig wirken Dekorationen und Hintergründe in Farben, die den gleichen fotografischen Grauwert wie das Gesicht haben. Die Bühne, deren Farben so abgestimmt sind, daß das menschliche Gesicht zum dominierenden Mittelpunkt wird, ist die fotogenste. Ein weißer Hintergrund wird auf der Bühne wenig angewendet, fotografiert (und druckt) sich aber gut, ebenso alle Farbtöne, die dunkler als das Gesicht sind (Abb. 155 bis 157). Wenn nur das Gesicht weiß aus einer großen schwarzen (unausgeleuchteten) Fläche herausspringt, ist das Live-Foto publizistisch gefährdet, weil es sich für den Zeitungsdruck nicht gut eignet. Wieland Wagner z. B. hat in vielen seiner Inszenierungen fotografische Idealfälle geschaffen: Er berauscht die Zuschauer mit Farborgien, die zugleich so komponiert sind, daß sie auf dem Schwarzweißfoto als raffiniert ausgewogene Grauskala sichtbar werden. Die Figuren heben sich plastisch heraus, die Sänger scheinen in «eingeleuchteter Luft» zu stehen (Abb. 149), der Raum scheint unendlich zu sein (Abb. 150). Es läßt sich also beides sehr wohl vereinen.

Außerordentlich publikumswirksam ist auch die Verbindung von ernster Oper mit Sex-Appeal und die spannungsgeladene Bewegungsregie in Wieland Wagners Inszenierungen. Man merkt, daß er selbst gemalt hat. In Bayreuth war es auch, wo Wolfgang Wagner mich fragte:

«Wo soll Ihre Kamera stehen?» Beide Wagner-Enkel lassen an der günstigsten Stelle im Zuschauerraum eine Art Kamerahochsitz aufbauen, von dem aus man während der Proben mit leichter Obersicht die Figuren «längend» fotografieren kann. Dadurch wird unmerklich idealisiert (Abb. 150). Für ein so gutes Arbeitsklima sind die Fotografen dankbar, aber in Wahrheit sind Bühnen wie diese unabhängig von guten Theaterfotografen; ihre Inszenierungen sind so fotogen, daß die Zeitungen nach jeder Aufnahme von ihnen greifen.

Jeder Theaterfotograf macht die Erfahrung, daß keineswegs alle großen Regisseure auch gleichermaßen fotogen gestalten.

Regisseure, die etwas von der bildenden Kunst verstehen, wissen, wie ein gut proportionierter menschlicher Akt aussieht, und sie achten bei der Zusammenarbeit mit dem Kostüm- und dem Maskenbildner darauf, daß auch die Ausstattung fotogen ist. Dazu gehört z. B., daß die Perücke einer Frau, unter der sie meist ihre ungeeignete Tagesfrisur verbergen muß, nicht zu mächtig ist. Gar nicht attraktiv auf der Bühne ist bei Frauen ein abgeflachter Hinterkopf. Jede Bühnenfrisur sollte genügend ausgearbeitet werden – nicht nur bei Frauen (Abb. 158 und 159). Es ist auch nicht wünschenswert, daß man an der übertriebenen Schminke gleich das typische Opernfoto erkennt.

Steif wirkt «Betonkleidung», die man häufig am falschen Platze sieht. Sehr fotogen sind dagegen Ausstattungen amerikanischer Regisseure. Sie lassen männliche Darsteller auf der bloßen Haut seidene, weich gearbeitete Anzüge tragen und die in der Bewegung weiten, schwingenden Röcke der tanzenden Stars so mit Blei beschweren, daß ihr «Fall» beim normalen Gang schmal macht und daß dennoch ein höchst kapriziöser, fotogener Wippeffekt erzielt wird. Um bei einem engen Rock verdeckte Weite zu erreichen – natürlich nur in Rollen, in denen die Frauen auch Tanzschritte machen müssen –, gibt es raffinierte, hinten angeschnittene,

etwas beschwerte, kurze, schwanzartige Schleppen, die sich hervorragend fotografieren. Tatjana Gsovsky läßt diesen charmanten weiblichen Gag auch dann anbringen, wenn ihre Tänzerinnen nur Trikots tragen. Erfunden haben diesen Stil unsere Urgroßmütter mit den rückwärts schwingenden Rüschen am sehr engen Rock. Soweit angebracht, sind natürlich alle geschlitzten Röcke fotogen. Ein guter optischer Trick, um die Figur schmaler zu machen, ist folgender: Man trägt ein dunkles Kleid, in das vorn, der Figur angepaßt, eine helle Bahn eingesetzt ist.

Das gute Theaterfoto wird immer dem Darsteller, dem Regisseur und dem Dichter zugleich gerecht.

Viele Inszenierungen zeugen von einer genial verwirklichten Konzeption, sind mit den besten Schauspielern besetzt, von den besten Bühnenbildnern ausgestattet, und der Zuschauer erlebt eine atemberaubende Aufführung – doch selbst das Live-Foto vermag von dieser Vollkommenheit nichts wiederzugeben. Das liegt daran, daß die Bühne im Sinne der Fotografie weitgehend von kompositorischen Elementen lebt. Fehlt dem Regisseur die dafür notwendige spezifische Begabung, oder hat er «keine Augen», wie Cocteau einmal von Gustaf Gründgens sagte, so ist er um so mehr auf denjenigen Fotografen angewiesen, der in der Lage ist, durch eigene Initiative die geistige und komödiantische Substanz sowie das optisch Faszinierende einer Aufführung herauszuheben und im Bilde sichtbar und publicitywirksam zu machen. Bei einem Regisseur, der kein besonderes «Händchen» für das Visuelle hat – und auf der ganzen Welt verstehen zwar etwa neun Zehntel aller Regisseure etwas von Dichtung und Schauspielkunst, aber höchstens ein Zehntel (selbst der größten) etwas von Malerei –, haben es die Bühnenbildner schwer, sich mit fotogenen Ausstattungen durchzusetzen. Als Gegenbeispiel kann Bert Brecht angeführt werden. Er wußte, wie eine fotogene Inszenierung aussieht. Er war darum unabhängig von «guten» Fotografen. Als erster

Regisseur ließ er die Probearbeiten an seinen Stücken von Anfang bis zu Ende ganz einfach durchfotografieren und schuf auf diese Weise in seiner berühmten *Theaterarbeit* ein authentisches Dokument seiner Kunst, fotogenes Theater zu machen. Sein Fotograf brauchte keine besonderen Blickfänge zu manipulieren, keine vergrößernden Pointen zu liefern, er brauchte nur zu knipsen. Es ist ein Beweis der guten Fotogenität einer Szene, wenn sie auch der Laie fotogen zu fotografieren vermag.

Das Theaterbild dient, wie wir gehört haben, in unserer Zeit mehr denn je der Werbung. Es soll den optischen Eindruck einer künstlerischen Leistung vermitteln und nicht zuletzt zu einem Besuch reizen. Deshalb muß es auch im populären Sinn attraktiv sein. Das Foto von einer sportlichen Veranstaltung hat es darin leichter. Es erreicht sein Publikum ohne besondere fotografische Finesse, und seine Bildwirksamkeit muß nicht unbedingt propagandistisch sein; denn das sportliche Ereignis, von dem es berichtet, ist ja vorbei und unwiederholbar, und selbst wenn dem nicht so wäre, braucht sich heutzutage eine sportliche Veranstaltung um Publikumszulauf noch immer keine allzu großen Sorgen zu machen. Das gute Sportfoto gehört zur selbstverständlichen Domäne der Wochenschau- und Fernsehreportagen: erst recht natürlich wird es als fotogener und todsicherer Knüller von den Zeitungen geschätzt. Wir wollen es darum nur kurz behandeln, zumal Sport aus mehreren Gründen von vornherein immer fotogen ist. Er ist sauber (im allgemeinen), er ist unkriegerisch (im allgemeinen), er ist ästhetisch (im allgemeinen). Zusätzlich enthält der Sport Spannungsmomente von einer Dramatik, wie sie selbst ein Hitchcock nicht erfinden und wie sie niemand so artistisch inszenieren könnte. Der Fotograf braucht eigentlich nur rechtzeitig aufs Knöpfchen zu drücken – aber er muß wissen, wann. Hier spielt der geglückte Schnappschuß noch eine große Rolle, denn das aktuelle Sportbild kann in kaum einem Fall gestellt und manipuliert werden. Man kann höchstens hinterher Sieger und Besiegte porträtieren.

Ein Tor in einem Fußballspiel ist zwar ein dramatischer Höhepunkt, aber für einen versierten Sportfotografen nicht der Clou. Die Filmkamera kann den Vorgang mitfilmen, wie der Ball ins Tor gelangt, der Pressefotograf nicht. Er muß das ganze Match in einem einzigen exemplarischen Einzelbild zusammenfassen. Er wird also nicht den Ball im Tor, sondern die entscheidende Spielphase vorher festhalten. Dazu muß

er Spezialist für das Metier sein. Er muß also die Sportart genau kennen, die er fotografiert. Er muß Fußballfachmann, Pferdekennner, Eislaufexperte und möglichst selber Leichtathlet sein. Sonst fotografiert er vielleicht ein gutes Bild – aber nicht, im Sinne der Sportart, im richtigen Augenblick – und ist für den zuverlässigen Text von anderen Experten abhängig. Der Betrachter will auch den Rahmen des Ereignisses mitbekommen, sonst glaubt er nicht an das authentische Dokument, an das «neueste» Bild (Abb. 171 und 172).

Die Qualitäten eines Sportlers erfaßt man am sichersten von der Seite; will man die Anspannung im Gesicht erkennbar machen, zeigt man ihn besser von vorn. Bei der ganzen Sportfotografie kann das Ästhetische natürlich nur eine untergeordnete Rolle spielen. An der Frage, wo die Grenzen des Ästhetischen liegen, scheiden sich allerdings die Geister. (Es gibt Menschen, die finden Boxen «schön»!)

Die große Gefahr in der Sportfotografie ist – wie beim Tanz – die Verzeichnung, die die Harmonie der athletischen Figur zerstört. Von vorn und beim Sprung über das Hindernis fotografiert, erscheint z. B. ein Pferd ebenso verkürzt und anatomisch entstellt wie der Hürdenläufer mit einem abgeschnittenen Bein (Abb. 174 und 175). Turnierplätze können nicht nach den Forderungen der Fotografen gebaut werden, doch wäre es ganz angenehm, wenn nicht so oft Sträucher oder Bäume aus den Köpfen von Roß und Reiter sprössen. Nur den versiertesten Sportfotografen gelingt es, unruhige Hintergründe in wattige Unschärfe zu verwandeln und so den Reiter aus dem unfotogenen Gebüsch herauszulösen. Ein sehr fotogenes Motiv beim Sportler ist die geballte Konzentration kurz vor dem Einsatz. Abb. 176 zeigt eine geradezu klassisch schöne Sportaufnahme: den deutschen 100-Meter-Weltrekordläufer und Olympiasieger von 1960, Armin Hary, beim Start. Die Dynamik der Bewegung, der «Fall in den Lauf» ist mitfotografiert. Wir sehen das

Gesicht des Sportlers, seine Lauftechnik und den Rahmen der Veranstaltung. An diesem Bild stimmt alles. Es zeigt, was gute Sportfotografen zu leisten vermögen. Sogar der Gesichtsausdruck des Kämpfers wurde festgehalten, es ist also gleichzeitig ein Porträt. Ein gutes Sportfoto sollte es «mitliefern».

Die Bildserie verschwindet auch im Sportbericht immer mehr zugunsten des Einzelbildes. Das Panorama eines Stadions ist langweilig, nichtssagend und völlig überflüssig (Abb. 169). Man findet es daher im Sportteil der modernen Tagespresse mit Recht nur noch selten. Das fotogene Bild des Sports ist grundsätzlich die Nahaufnahme, das Detail. Aber wenn der schnelle und fotografisch immer noch kleine Fußball in einer besonders dramatischen und akrobatischen Situation mit auf das Bild kommt, ist es beinahe Glückssache (Abb. 170). Einen Eishockey-Puck, einen Tennis- oder Golfball fotogen und später gut erkennbar mit einzufangen, ist fast unmöglich.

In besonderem Maße fotogen ist auch immer wieder die Spiegelung des Spielgeschehens auf dem Gesicht des Zuschauers, der alles andere als unbeteiligt ist. Doch wie ich schon früher sagte, schützt ihn das Recht am eigenen Bild vor der Veröffentlichung des Einzelfotos. Der Wochenschau wird der so Aufgenommene sein komisches Konterfei noch verzeihen, aber in der Presse wäre sein Bild ein für allemal «festgenagelt», und so weit geht für ihn der Spaß und für den Sportredakteur die Lust, sich derartigen Risiken auszusetzen, denn doch nicht.

Auf dem Umweg über die einzige rein geistige Sportart, das Schachspiel, kommen wir zum Schluß wieder auf das Porträt zurück. Hier geht es noch einmal um das Menschenbildnis, denn das Spielfeld, so gut übersehbar es, von oben aufgenommen, auch sein mag, ist doch nur für den Eingeweihten von Interesse, und der studiert den Spielverlauf

leichter in der schematischen Zeichnung. Der Spieler aber ist, unabhängig von seinem individuellen Aussehen, schon deshalb fotogen, weil er äußerlich ruhig spielt und doch auf das höchste konzentriert und angespannt ist. Keine zerfahrenen Bewegungen, kein «Zuviel» an äußerlicher Erscheinung ist bei ihm zu befürchten, er ist nicht daran interessiert, fotografiert zu werden und Propaganda für sich zu machen. Er möchte am liebsten gar nicht gestört werden. Auf diesem Kampffeld darf sich der empfindliche Spieler die Augen durch die Hand abschirmen. Für den Bildberichter wird es dann schwierig. Er möchte, um nicht zu stören, am liebsten mit langer Brennweite fotografieren, aber die Zuschauer verstellen ihm das Blickfeld.

Ich wurde einmal gefragt, warum ich Schachspieler, die doch so unattraktiv und «nur so versunken» dasitzen, überhaupt fotografiere. Nun, ein schweigender, nachdenkender Mensch ist für mich schön.

X

SCHLUSSWORT

STROHWEIDEN

Dieses Buch hat alle Eigenschaften eines Kochbuchs. Es gibt eine Reihe Rezepte, zum Teil in allen Einzelheiten. Wer seine Zutaten genau nach der Vorschrift «Man nehme...» zu wägen und zu mischen weiß, ist aber deshalb noch kein guter Koch. Auch der nicht, der alle Rezepte auswendig gelernt hat und nicht mehr nachzuschlagen braucht. Ein guter Koch ist nur, wer über die Vorschriften hinausgewachsen ist, wer das Kochen als phantasievolle Kunst betreibt.

Ähnlich ist es mit dem Fotogensein. Es beginnt *jenseits* der Rezepte. Wenn wir plötzlich – unvorbereitet oder auch vorbereitet – einer Kamera ins Auge schauen müssen, ist es falsch, zu rekapitulieren: «Die Kamera steht da, das Licht kommt von dort, also muß ich mich so und so hinstellen.» Das Ergebnis wäre nur Angst, etwas falsch zu machen, und Verkrampfung – der ärgste Feind jeder Fotogenität. Vorsicht schafft Mißtrauen und führt gar zu leicht zu negativer Publicity. Gibt man den Medien, was sie brauchen – mit Verständnis, Offenheit und Humor –, dann werden sie ebenso antworten.

Dieses Buch wendet sich aber nicht nur an den Menschen, der berufshalber vor – oder hinter – der Kamera steht. Es ist für *alle Amateure* geschrieben, und so möchte es auch dem Anregung geben, der nur zum eigenen Vergnügen «knipst», dessen Bilder zu den mehr als neunzig Prozent gehören, von denen wir auf der ersten Seite sprachen: die nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sind, sondern nur aus Spieltrieb, als Hobby entstehen.

Jeder von uns hat erfahren, wie schnell Bilder ermüden. Es wäre also ein guter Maßstab für den einzelnen, sich zu fragen: Wäre das Bild nicht von mir, sondern von einem Fremden, ob es dann als 51. Bild noch mein Interesse wecken würde – oder, noch strenger und dem täglichen Bildpensum eines Zeitgenossen noch besser entsprechend: als 251. Bild? Dann wird schnell klar, ob ein Bild genug Substanz hat oder nicht.

Auch der Amateur kann fotogene Bilder machen, wenn er will. Ein «Lieschen Müller» gibt es ja ursprünglich gar nicht, also müßte es auch möglich sein, niemanden auf der Fotografie so darzustellen.

So ernst und schwer vieles in diesem Buch auch klingen mag – nehmen Sie es bitte nicht «bierernst»! Ich sagte es schon: Wer richtig von Herzen (tief aus dem Bauch heraus) lachen kann, der *ist* fotogen. Es kommt auf Toleranz, auf Über-der-Sache-Stehen, auf souveräne Beherrschung der komplizierten Materie an. Wir leben nun einmal im Zeitalter der Fotografie. Wir müssen lernen, sie zu beherrschen, wenn wir nicht wollen, daß sie uns beherrscht. Bis zu einem gewissen Grade tut sie es bereits: Das subjektive Bild ist fesselnd, nicht das objektive! Das ernsthafte, normale Menschenbildnis kommt nicht mehr an. Nur der wird gesehen, der fotogen ist. Alle Bildbetrachter der Welt unterliegen also bereits einer Art Diktatur der Fotogenen. Dagegen will dieses Buch schützen.

Es will zwischen Modell und Medium vermitteln, statt zu trennen. Es will die Unsicherheit vor der Kamera in Sicherheit verwandeln helfen. Es will die Unfotogenen unabhängig und frei von Zufall machen und will auf diese Weise gleiche Chancen für alle schaffen.

a
a
f
r
s
:
e
s
.
.
l
l

X

SLUB DRESDEN



3 4150382