

Bilder als (Nicht-)Repräsentationen am Beispiel der Fertigbilder

Pictures as (non-)representations exemplified by ready-made (stock) images

Obrazy jako (nie)reprezentacje na przykładzie obrazów gotowych

Abstract: The aim of this paper is to discuss the question of the representational function of pictures in context of the contemporary media. The common thesis that pictures express more than thousand words appears as questionable regarding the so-called ready images (in German 'Fertigbilder'). They do not represent certain events but are available on Internet platforms offering pictures, which can be freely used for an actual text content, so that they seem to represent it. This phenomenon may be perceived as context manipulation. Although the picture itself is not faked in any way, its use outside the primary context may have a significant influence on its interpretation. Such ready images are frequently used as headline pictures on news portals on the Internet. Their relationships with the headline texts is discussed in the following article regarding to the classification of text-picture relationships by Winfried Nöth, based on several examples of items on the German version of the international news portal msn.com. The analysis conducted reveals that such headline pictures are only in rare cases dominant towards the headline texts, regarding their representative function. Typically, they stand in a subordinated or contradictive relationship to the texts, which significantly restrains their role as information carriers.

Key words: pictures, ready images, representation, context manipulation, Internet

Abstract: Der Beitrag hat zum Ziel, die Frage der repräsentativen Funktion der Bilder im Kontext der gegenwärtigen Medien zu diskutieren. Die populäre Ansicht, dass Bilder mehr als tausend Worte sagen, erweist sich als fragwürdig in Bezug auf die sog. Fertigbilder. Es handelt sich dabei um Fotografien, die keine konkreten Ereignisse repräsentieren, sondern in Bilderdatenbanken online verfügbar sind und als angebliche Repräsentationen der Textinhalte beliebig eingesetzt werden können. Dieses Phänomen lässt sich als eine Kontextfälschung betrachten, denn obwohl das Bild an sich keinesfalls gefälscht ist, kann seine Verwendung außerhalb des ursprünglichen Kontextes einen beträchtlichen Einfluss auf seine Deutung haben. Solche Fertigbilder werden häufig als Titelbilder auf Nachrichtenportalen im Internet eingesetzt. Ihre Beziehungen zu Titeltexträumen wurden im vorliegenden Beitrag basierend auf der Typografie von Text-Bild-Beziehungen nach Winfried Nöth anhand ausgewählter Beispiele für Mitteilungen in der deutschsprachigen Ausgabe des internationalen Nachrichtenportals msn.com analysiert. Die durchgeführte Analyse belegt, dass solche Titelbilder bezüglich ihrer repräsentativen Funktion nur selten dominant gegenüber den Titeltexträumen sind. In der Regel stehen sie in einer untergeordneten oder kontradiktiven Beziehung zu den Texten, was ihre Rolle als Informationsträger wesentlich einschränkt.

Key words: Bilder, Fertigbilder, Repräsentation, Kontextfälschung, Internet

Abstrakt: Celem artykułu jest omówienie zagadnienia funkcji reprezentatywnej obrazów w kontekście współczesnych mediów. Powszechna teza, że obrazy wyrażają więcej niż tysiąc słów, wydaje się wątpliwa w odniesieniu do tzw. gotowych obrazów (niem. „Fertigbilder”). Są to fotografie, które nie reprezentują konkretnych wydarzeń, lecz są dostępne w internetowych bankach fotografii z możliwością dowolnego wykorzystania jako pozorne reprezentacje treści tekstów. Zjawisko to można postrzegać jako przykład manipulacji kontekstem, ponieważ choć sam obraz nie jest w żaden sposób sfalszowany, to jego użycie poza pierwotnym kontekstem może w znaczącym stopniu wpływać na jego interpretację. Takie gotowe fotografie są często wykorzystywane jako fotografie tytułowe na portalach informacyjnych w Internecie. Ich relacje względem tekstów tytułowych w oparciu o klasyfikację relacji tekstowo-obrazowych wg Winfrieda Nötha (2000) zostały omówione w poniższym artykule na podstawie wybranych przykładów publikacji w niemieckiej wersji międzynarodowego portalu informacyjnego *msn.com*. Przeprowadzona analiza wykazała, iż takie fotografie tytułowe w kontekście ich funkcji reprezentatywnej rzadko są dominujące względem tekstów tytułowych. Na ogół stoją one względem tekstów w relacji podrzędnej lub kontradiktoryjnej, co w znaczącym stopniu ogranicza ich rolę jako nośników informacji.

Słowa kluczowe: obrazy, obrazy gotowe, reprezentacja, manipulacja kontekstem, Internet

Zur Einführung

Zweifelsohne haben die letzten Jahrzehnte zusammen mit der technologischen Entwicklung im Rahmen der Massenmedien einen enormen Aufstieg der Rolle von Bildern in der Kommunikation gebracht. Nicht umsonst wird die gegenwärtige Kultur als „eine Kultur der »Bilderflut«, »Inflation« und »Hyperrealität« der Bilder“ (Schulz 2009: 15) bezeichnet, die nach dem sog. „pictorial turn“ oder „iconic turn“ (Mitchell 2008: 101–135; Boehm 1994: 11–38; vgl. dazu Schulz 2009: 16) aufgekommen sei.

Im Anschluss daran sind Bilder zu einem wichtigen Gegenstand wissenschaftlicher Forschung geworden, und zwar nicht selten im Zusammenhang mit der Frage, ob sie immer noch als Repräsentationen gelten können. Dieser Frage wird auch in dem vorliegenden Beitrag nachgegangen. Dafür werden zunächst zwei Problembereiche der Repräsentativität der Bilder beleuchtet, die hier als Über-Repräsentation und Unter-Repräsentation bezeichnet werden. Im Fokus dieser Überlegungen steht die Unterrepräsentation also der zweite von den beiden Bereichen, und zwar vor allem hinsichtlich der sog. Fertigbilder (vgl. Schneider 2006: 152–155). Unter Fertigbildern versteht man „durchdacht komponierte Bilder, die mittels Fotomodellen und einer ausgesuchten Umgebung umgesetzt werden“ und „aufgrund ihrer Komposition den Eindruck [erwecken], Wiedergaben alltäglicher Begebenheiten zu sein“ (Schneider 2006: 152).

Hinsichtlich ihrer Funktion sind Fertigbilder oft als Titelbilder verwendet. In der Analyse werden ausgewählte unterrepräsentative Titelbilder in der deutschsprachigen Version des Nachrichtenportals *msn.com* betrachtet, für die nachgewiesen werden konnte, dass es sich dabei um Fertigbilder handelt. Die dieser Studie zugrundeliegende Forschungsfrage betrifft die semantischen Beziehungen zwischen den Titeltextrn und Titelbildern. Basierend auf der Typologie der Text-Bild-Beziehungen nach Winfried Nöth (2000) wird auf zwei Beziehungsarten: Dominanz und Kontradiktion fokussiert. In Fall der ersten Art wird der Frage nachgegangen, ob in den jeweiligen Text-Bild-Einheiten der Text oder das Bild do-

miniert, d. h. die Information enthält, die aus der Perspektive von dem „Kommunikator und Rezipienten als die wichtigere, interessantere“ (Burger 1984: 297; vgl. dazu auch Nöth 2000: 493) anzusehen ist. Bei der (ggf. partiell) kontradiktiven Beziehung wird in erster Linie nach Regelmäßigkeiten gesucht, nach denen die Kontradiktion mancher Marken¹ des Titelbildes in Bezug auf den Titeltext als akzeptabel gilt, während die Kontradiktion anderer Marken bewirkt, dass ein Bild als unzutreffend abgelehnt wird.

Über- und Unter-Repräsentation

Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass sich das Konzept des Bildes als Repräsentation auf die Ähnlichkeitstheorie stützt, die trotz zahlreicher Einwände „bis in unsere Tage hinein die Stellung der offiziellen Lehre, der Mehrheitsmeinung“ (Scholz 2009: 17) nicht nur unter Laien darstellt. Auch „viele Sachverständige zahlreicher Wissenschaftszweige, in deren Gegenstandsbereich Bilder der einen oder anderen Art fallen, stellen die Zulässigkeit der Ähnlichkeitsauffassung nicht in Frage“ (Scholz 2009: 17). Dazu gehören Scholz zufolge Philosophen, Psychologen, Kunstwissenschaftler und Semiotiker. In semiotischer Hinsicht hätten die klassischen Ähnlichkeitstheorien des Bildes ihren Niederschlag in dem Konzept von Peirce gefunden, das den Glauben an die Ikonizität der Bilder voraussetzt (vgl. Scholz 2009: 18).

In der Diskussion um den ähnlichkeitsbasierten repräsentativen Wert der Bilder lassen sich zwei grundsätzliche Stränge unterscheiden, die man als Über-Repräsentation und Unter-Repräsentation zusammenfassen kann. Der erstere umfasst den bilderpessimistischen Disput, der sich um das Konzept der „Krise der Repräsentation“ konzentriert (vgl. Belting 2001: 18). In der etwas zugespitzten Fassung dieser These bei Jean Baudrillard seien „die Bilder dafür verantwortlich, daß die Repräsentation der Welt in die Krise geraten ist“ (Belting 2009: 18). Den Ursprung dieser Krise sieht man in dem „Zustand einer totalen Analogie, als sich die Bilder in Film und Video mit Ton und Bewegung aufluden, also mit den alten Vorrechten des Lebens auftraten“ (Belting 2001: 19). Seither konnte das Bild dem abgebildeten Objekt dermaßen angenähert werden, dass es sich kaum noch von diesem Objekt unterschied. Dies steht wiederum im Widerspruch zu der tradierten Auffassung eines ikonischen Bildes, die auf der Annahme basiert, dass das Bild in einigen ausgewählten Eigenschaften dem Objekt ähnelt.

In diesem Zusammenhang lässt sich mit Umberto Eco die These von Charles Morris anführen, dass ein ikonisches Zeichen nur in einigen Aspekten dem bezeichneten Objekt ähnlich ist, weil eine zu hohe bis zu völlige Ähnlichkeit bedeuten würde, dass es sich um keine Abbildung, sondern das Objekt an sich handelt (vgl. Eco 2002: 201). Eco zufolge soll es dem „gesunden Menschenverstand“ überlassen werden, welche Eigenschaften ähnlich sein sollen, was mit dem Beispiel des Porträts der Königin Elisabeth von Annigoni illustriert wird (vgl. Eco 2002: 200; vgl. dazu auch Kapuścińska 2018: 71). Demnach antwortet der menschliche Verstand, dass das Porträt dadurch der Königin ähnelt, dass „es dieselbe Form der Augen, der Nase, des Mundes, dieselbe Gesichtsfarbe, dieselbe Haarfarbe, dieselbe Statur

¹ Zum Begriff der Marke vgl. Trabant (1996: 111–113).

hat“ (Eco 2002: 200). Gleichzeitig wird z. B. die Ähnlichkeit der Nasenform hinterfragt, denn „[d]ie Nase ist dreidimensional, während das Bild der Nase zweidimensional ist. Die Nase hat [...] Poren und kleine Unebenheiten, ihre Oberfläche ist nicht glatt, sondern im Unterschied zur Nase des Porträts uneben“ (Eco 2002: 101).

Diese Überlegungen lassen die Frage aufkommen, ob die heutigen fotografischen Bilder mit ihrer enorm hohen Auflösung nicht eine zu hohe Ähnlichkeit mit dem Objekt aufweisen, um als Bilder zu gelten. Zwar ist das Fotopapier oder der elektronische Bildschirm auch nur zweidimensional und hat keine Poren, die für die menschliche Haut typisch sind, aber auch diese Aspekte lassen sich durch die besonders hochqualitative fotografische Technik visuell nachahmen. Die oben dargestellten Zweifel werden in dem Beitrag jedoch offengelassen, wobei das Hauptaugenmerk auf den zweiten Strang der Repräsentationskrise gerichtet wird, d. h. auf die Unter-Repräsentation.

Nach Hans Belting werden allmählich fast alle Register von Bildproduzenten gezogen, um schließlich „den Spieß herum[zu drehen]“ (Belting 2001: 19). Man begann nämlich „virtuelle Welten abzubilden, die über den Zwang zur Analogie triumphieren und nur im Bild existieren“ (Belting 2001: 19). Eine Folge davon sei, dass Bilder den gewohnten Respekt verlieren, weil „sie mit Fiktionen aufwarten, welche unseren Bedarf an Utopien fälschen“ (Belting 2001: 19). Dies kann zur Erschaffung virtueller Welten führen, die es in Science-Fiction-Filmografie oder Computerspielen gibt. In diesem Fall handelt es sich um die sog. generativen Bilder, die als intentionell fiktional betrachtet werden sollen. Wenn man z. B. ein Einhorn abbildet, hat man keine Absicht, jemanden durch die gefälschte Abbildung zu täuschen (vgl. Lüthe 2007: 53–54), sondern vielmehr das immaterielle Objekt des Zeichens abzubilden, das ausschließlich als eine kulturelle Einheit existiert (vgl. Eco 2002: 71). Sie sind daher nicht als falsch zu betrachten, weil es in unserer Kultur einen Code gibt, der das visuelle Zeichen des Einhorns verständlich macht. Konsequenterweise repräsentiert es das Konzept des Einhorns, das in unserer Kultur vorhanden ist.

Neben den generierten Bildern unterscheidet man die registrativen (vgl. Burger 2015: 391), deren mögliche Gebrauchsweisen in den Kommunikationspraktiken aus der kommunikationstheoretischen Sicht noch relevanter sind. Prinzipiell sind sie „solche Bilder, die durch »bloße« technische »Abbildung« von Wirklichkeit zustande kommen“ (Burger 2015: 391). Dennoch müssen auch die registrativen Bilder nicht unbedingt rein repräsentativ sein. Dies lässt sich mit dem von Harald Burger angeführten Beispiel illustrieren. „Ein Foto von einem Picknick im Freien mit Personen“ (Burger 2015: 391) kann demnach unterschiedliche Bedeutungen haben, „je nachdem ob man den Kontext der Aufnahme kennt oder nicht, ob man Personen kennt oder nicht“ (Burger 2015: 391). In dem ersten Fall wäre es möglicherweise ein typisches Foto von einem Familienalbum, in dem zweiten hingegen eine beispielhafte unterrepräsentative Darstellung, die irgendein Picknick in irgendeinem Familien- oder Freundeskreis repräsentiert.²

Diese Eigenschaft der registrativen Bilder, dass sie abhängig von dem Kontext verschiedene Bedeutungen haben können, ermöglicht es, mit solchen Bildern zu lügen. Eine solche Art der bildbasierten Lüge nennt Clemens Albrecht Kontextfälschung, „bei der das Bild in einen anderen zeitlichen, räumlichen oder semantischen Kontext gesetzt wird“ (Albrecht

² Zu einem ähnlichen Beispiel vgl. Plümacher 2005: 140 (vgl. dazu auch Kapuścińska 2017: 82–83).

2007: 31). Sie wird am Beispiel von einem Film veranschaulicht, mit dem im deutschen Fernsehen der Bericht über Debatte um die Entschädigungen für Zwangsarbeiter illustriert wurde. Der Film stellt in der Tat nicht die Zwangsarbeiter in Deutschland dar, „sondern die russische Arbeiterklasse in ihrem heroischen Beitrag für den großen vaterländischen Krieg“ (Albrecht 2007: 32).

Wenn man dieses Beispiel aus der Perspektive des Ähnlichkeitstheoretischen Ansatzes zum Bild betrachtet, drängt sich die Feststellung auf, dass die Ähnlichkeit zwischen dem Bild und dem Objekt kein hinreichender Grund dafür ist, das Bild als eine Repräsentation einzustufen. Dafür ist auch das Verhältnis der Kausalität zwischen dem Bild und dem abgebildeten Objekt erforderlich. Dieses Verhältnis steht im Fokus der sogenannten kausalen Bildtheorien, die sich mit der Behauptung zusammenfassen lassen: „Etwas ist nur dann ein Bild von x , wenn x – in noch näher zu bestimmender Weise – in die kausale Erklärung der Entstehung und Beschaffenheit des Bildes eingeht“ (Scholz 2009: 82). Dies gilt u. a. für fotografische Bilder, bei denen „der Bezugsgegenstand im Normalfall das Objekt [ist], das Licht auf eine lichtempfindlich beschichtete Fläche reflektiert hat“ (Scholz 2009: 83). Sonst liegt eine Kontextfälschung vor, wobei es zwar eine weitgehende Ähnlichkeit zwischen der bildlichen Darstellung und der angeblich illustrierten Situation gibt, aber keine Kausalitätsrelation.

Ein Sonderfall der Kontextfälschung ist die Verwendung der Fertigbilder, die in der Tat nicht das Ereignis darstellen, von dem berichtet wird. Solche Bilder sind nach Pablo Schneider Fotografien, die „ausnahmslos in allen Zeitschriften und Zeitungen eingesetzt“ (Schneider 2006: 153) werden. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie „nicht Wiedergaben realer Situationen [sind], vielmehr werden durchdachte Vorstellungen in Szene gesetzt und Wahrnehmungsmuster erzeugt“ (Schneider 2006: 154–155).

Damit wird dennoch die Wiedergabe vorgetäuscht, indem sie „dem Leser eine unmittelbare Augenzeugenschaft und einen persönlichen Zugang zu dem besprochenen Gegenstand“ (Schneider 2006: 155) suggerieren. Den Gebrauch der Fertigbilder veranschaulicht Schneider an dem Beispiel eines Zeitschriftartikels zum Thema Mobbing in einer Frauenzeitschrift, der mit der Darstellung einer Frau illustriert ist. Verständlicherweise ist es nicht die konkrete Frau, die in einem beschriebenen Fall das Opfer von Mobbing geworden ist, sondern eher eine Vorstellung der Situation (vgl. Schneider 2006: 155; vgl. dazu auch Kapuścińska 2014: 83), für die ein passendes Fertigbild in einer Bilderdatenbank ausgewählt wurde, indem sie „in eine bildliche Konstruktion überführt [wird], die die Szene als Allegorie des Begriffs *Probleme* umsetzt“ (Schneider 2006: 155). Obwohl das Bild an sich nicht technisch manipuliert ist, handelt es sich dabei zweifelsohne um eine Kontexttäuschung, weil ihm ein Kontext zugeschrieben wird, den es in der Tat nicht hat. Man kann sich vorstellen, dass genau dasselbe Bild als Illustration für unterschiedlichste Probleme einer Frau bzw. der Frauen oder gar der Menschen im Allgemeinen ebenso anwendbar wäre.

Ergebnisse der Analyse

Im vorliegenden Beitrag wird in Anlehnung an die Typologie der Text-Bild-Beziehungen von Nöth (2000) die semantische Funktion der als Titelbilder gebrauchten Fertigbilder in Bezug auf die Titeltex te in der deutschsprachigen Version des internationalen Nachrichtenportals der Firma Microsoft *www.msn.com* diskutiert. Alle analysierten Beispiele wurden am 27. August 2020 exzerpiert, wobei dieser Tag jedoch völlig arbiträr gewählt wurde.

Die Artikeltexte (und die ihnen eventuell beigefügten weiteren Bilder), auf die sich die Titeltex te und Titelbilder beziehen, sind von der Analyse nicht erfasst und werden nur insofern berücksichtigt, als es eventuell nötig ist, um die Kontradiktionen zwischen dem Titeltext und Titelbild zu identifizieren. Im Fokus liegen grundsätzlich die Beziehungen zwischen Texten und Bildern, die auf der Hauptseite des Portals angezeigt werden. Kennzeichnend ist dafür ihre Bindung an das streng vorbestimmte Layoutschema der Seite. Da darin jeder Titeltext von einem Titelbild begleitet werden muss, ist es in manchen Fällen durchaus verständlich, dass man ein Fertigbild verwenden muss, wenn für ein Ereignis oder einen Tatbestand keine dokumentierenden Bilder vorhanden sind. Dennoch zeigt die Auswahl der Bilder mehrmals, dass sie viel mehr als reine Platzhalter sind. Im Gegenteil: Die Begrenzung der Fläche, die für jede Text-Bild-Einheit vorgesehen ist, führt zur semantischen Knappheit, indem mit dem jeweiligen Titeltext und Titelbild die nach dem Ermessen der Redaktion relevantesten Informationen über den Inhalt des gegebenen Artikels vermittelt werden müssen.

Von den fünf von Nöth herausgegliederten Beziehungsarten kommen bei dieser Studie nur zwei in Frage. Die Analyse der Titeltex te und Titelbilder liefert selbst in Fällen, wenn die beiden Komponenten verschiedene (aber nicht widersprüchliche) Informationen vermitteln, keine Belege dafür, ob sie in einer komplementären oder diskrepanten Beziehung zueinander stehen. Es kann nämlich ohne Miteinbeziehung des gesamten Artikels nicht festgestellt werden, ob die Information, die es nur in der einen Komponente gibt, mit dem Inhalt des Artikels übereinstimmt. Wäre es der Fall, würde da die Beziehung der Komplementarität vorliegen, indem der Titeltext und das Titelbild sich gegenseitig ergänzen und zusammengefasst ein vollständigeres Bild des im Artikel präsentierten Themas darstellen. Sonst würde es sich um eine diskrepante Beziehung handeln, indem das Titelbild zwar nicht dem Titeltext widerspricht, dafür aber dem Text des Artikels. Auch die Beziehung der Redundanz wird hier nicht berücksichtigt, weil es davon ausgegangen wird, dass das Titelbild in derartigen Text-Bild-Einheiten niemals redundant in Bezug auf den Titeltext sein kann, in dem Sinne, dass es überflüssig wäre. Auch wenn ein Titelbild keine neuen Informationen vermittelt, dient es im Minimalfall als ein Blickfang, der die Rezipienten zum Lesen des Artikels veranlassen kann.

Daher werden im Folgenden (wie bereits angekündigt) nur zwei Beziehungsarten antizipiert, und zwar Dominanz und Kontradiktion. Möglicherweise können die beiden Arten auch gleichzeitig zustande kommen, wenn der Titeltext mehr Informationen als das Titelbild vermittelt (dominant ist) und das Titelbild zugleich einige dem Text gegenüber kontradiktive Marken enthält.

Die Quelle eines jeweiligen Titelbildes in den analysierten Beispielen (und somit sein Vorhandensein als Fertigbild) lässt sich dank dessen erschließen, dass sie auf der Internet-

seite jeweils unter dem Bild genannt ist. Die Analyse umfasst sowohl die Bilder, die (wie in dem oben angeführten Beispiel eines Picknickfotos) zufällige Personen oder Objekte zeigen, die der Vorstellung über das beschriebene Ereignis entsprechen, als auch solche, die die tatsächlich beschriebenen Personen in einem situativen Kontext darstellen, der nicht an die gegebene Mitteilung gebunden ist.

Von den beiden Gruppen werden je fünf Beispiele betrachtet. Aus urheberrechtlichen Gründen können die Bilder in dem Beitrag nicht abgedruckt werden, deshalb werden hier nur ihre Quellen genannt, womöglich mit Links und mit Beschreibungen (in der originellen Schreibweise), die sie in den verlinkten Datenbanken haben.

Die Mitteilungen, deren Titelbilder zu der ersten Gruppe gehören, d. h. zu den Darstellungen zufällig abgebildeter Personen oder Objekte, lassen sich in zwei Unterbereiche gliedern. Das sind: relativ universale Mitteilungen vom Ratgeber-Charakter (Beispiele 1 und 2) und Mitteilungen über aktuelle Informationen (drei sonstige Beispiele).

Beispiel 1

<https://www.msn.com/de-de/gesundheit/other/bauch-workout-bauchfett-weg-mit-diesen-übungen-für-zuhause-klappt-s/ar-BB18qwZX>

Titelbild: <https://www.istockphoto.com/de/foto/glücklich-reife-frau-die-ausübung-gm1029344582-275862131> („Glücklich Reife Frau, die Ausübung“)

Titeltext: „Bauch-Workout: Bauchfett weg: Mit diesen Übungen für Zuhause klappt's!“

Text-Bild-Relation: Dominanz des Bildes

In diesem Fall enthält das Titelbild keine in Bezug auf den Titeltext kontradiktiven Marken. Die abgebildete Frau macht Rumpfbeugen, die als eine klassische Übung für die Bauchmuskeln gelten. Vermutlich ist sie zu Hause, weil man im verschwommenen Hintergrund einen Schrank erkennen kann, was zu der Information in dem Titeltext passt. Auch ihr Gesichtsausdruck scheint mit dem im Titeltext enthaltenen Erfolgsversprechen übereinzustimmen. Eine Information, die nur mit dem Titelbild vermittelt wird, ist, dass diese Übungen auch für Frauen im „reifen“ Alter geeignet sind, wodurch ihre Universalität hervorgehoben wird.

Beispiel 2

<https://www.msn.com/de-de/gesundheit/medizinisch/medikamente-und-stillen-schadet-es-meinem-kind-wenn-ich-während-der-stillzeit-antibiotikum-nehme/ar-BB18qDQd>

Titelbild: <https://www.istockphoto.com/de/foto/junge-mutter-stillen-ihr-neugeborenes-kind-stillzeit-säugling-konzept-mutter-ihr-baby-gm939290986-256827037> („Junge Mutter stillen ihr neugeborenes Kind. Stillzeit Säugling Konzept. Mutter ihr Baby Sohn oder Tochter mit Muttermilch zu ernähren“)

Titeltext: „Medikamente und Stillen: Schadet es meinem Kind, wenn ich während der Stillzeit Antibiotikum nehme?“

Text-Bild-Relation: Dominanz des Textes

Die bildliche Darstellung, die als Titelbild verwendet wurde, ist so allgemein, dass man sich problemlos ihre Anwendung mit jedem Text vorstellen kann, der die Thematik des Stillens von Babys berührt. Daher passt es reibungslos auch zu dem hier behandelten Titeltext, der selbstverständlich als dominant zu kategorisieren ist, weil es auf dem Bild keinen Hinweis auf eine Antibiotikatherapie der Mutter gibt.

Beispiel 3

<https://www.msn.com/de-de/nachrichten/travelnews/bundesregierung-verlaengert-reise-warnungen-vorerst-bis-mitte-september/ar-BB18odZ7>

Titelbild: <https://www.shutterstock.com/pl/image-photo/attractive-blonde-woman-headphones-protective-mask-1802738203> („Attractive blonde woman with headphones and protective mask walking with cheerful attitude along the city promenade“)

Titeltext: „Bundesregierung verlängert Reisewarnungen vorerst bis Mitte September“

Text-Bild-Relation: Dominanz des Textes / Kontradiktion

Die Informationen, die nur mit dem Titeltext vermittelt werden und dadurch von seiner Dominanz entscheiden, betreffen den Entscheidungsträger und die Frist der Verlängerung. Ein explizites Bindeelement zwischen dem Titeltext und dem Titelbild ist in diesem Fall die Schutzmaske, die von der abgebildeten Frau getragen wird, aber zugleich lässt sich auch eine kontradiktive Marke feststellen, die die Stimmung des Bildes betrifft. Die Abbildung einer auf der im Sonnenschein gesunkenen Promenade unbekümmert spazierenden Touristin hat keine Verbindung mit der Gefahr, vor der die Bundesregierung warnt, und könnte vielmehr als ein Werbebild in der Tourismusbranche eingesetzt werden.

Beispiel 4

<https://www.msn.com/de-de/nachrichten/digital/ios-14-apple-trifft-facebook-da-wo-es-weh-tut/ar-BB18qDX1?li=BBqg6Q9>

Titelbild: https://portal.picture-alliance.com/portal/searchresult/editorial/-1/NORMAL_THUMB/true/true/true/true/true/facebook („Facebook News service. File photo dated 03/11/15 of a woman using her phone under a Facebook logo. The tech giant is considering expanding its new News tool to countries outside the US for the first time, including the UK. Issue date: Tuesday August 25, 2020. First launched as a trial last year, Facebook News is a new section on the social network dedicated to trusted news sources, where users can personalise the publishers and content they see. See PA story TECHNOLOGY Facebook.“)³

³ Zwar ist das Bild nicht mehr verfügbar, aber es kann hier angesehen werden: <https://www.alamy.com/file-photo-dated-031115-of-a-woman-using-her-phone-under-a-logo-of-facebook-facebook-has-blamed-a-faulty-configuration-change-for-the-widespread-outage-which-impacted-the-social-media-platform-along-with-instagram-and-whatsapp-for-several-hours-late-on-monday-the-platforms-had-confirmed-on-twitter-they-were-aware-of-issues-and-working-to-resolve-them-after-thousands-of-people-reported-outages-shortly-before-5pm-on-monday-issue-date-tuesday-october-5-2021-image446423800.html> (Beschreibung: „File photo dated 03/11/15 of a woman using her phone under

Titeltext: „iOS 14: Apple trifft Facebook da, wo es weh tut“

Text-Bild-Relation: Dominanz des Textes

Der oben angeführten Beschreibung ist zu entnehmen, dass das Bild bereits im Jahr 2015 entstanden ist, also definitiv keine kausale Relation mit dem Thema des Artikels haben kann. Die Tatsache, dass sie trotzdem in diesem Kontext anwendbar ist, ist mit der allgemeinen Darstellungsform zu begründen. Die Abbildung zeigt nur eine junge Frau, die sich mit einem Gerät (vermutlich einem Smartphone) beschäftigt, und die Logotype des Portals *Facebook* im Hintergrund. Somit würde sie als ein Titelbild zu jedem (zwangsläufig dominanten) Titeltext passen, der die Benutzung von Facebook auf mobilen Geräten thematisiert.

Beispiel 5

<https://www.msn.com/de-de/finanzen/top-stories/kommentar-eklat-um-das-corona-demoverbot-war-absolut-unnoetig/ar-BB18qW3z?li=BBqg6Q9>

Titelbild: <https://www.imago-images.de/st/0102812365> („01.08.2020, Berlin, Deutschland, GER, Großdemonstration gegen Corona-Auflagen, durchgeführt von der Stuttgarter Initiative Querdenken 711. *** 01 08 2020, Berlin, Germany, GER, Large-scale demonstration against corona conditions, conducted by the Stuttgart initiative Querdenken 711“)

Titeltext: „Kommentar: Eklat um das Corona-Demoverbot war absolut unnötig“

Text-Bild-Relation: Kontradiktion

In diesem Beispiel handelt es sich um einen Redaktionskommentar, dessen Autor (wie man aus dem Artikeltext erfährt) sich kritisch zu der Stellungnahme des Berliner Innensensors Andreas Geisel äußert, der das Demonstrationsverbot gegen die Corona-Politik pries. Die Mitteilung ist mit der Abbildung von einer Demonstration illustriert. Auf dem Bild ist an den Parolen erkennbar, dass die Demonstration gegen die Corona-Auflagen gerichtet ist und in Deutschland stattfindet, was ihre partielle Übereinstimmung mit dem Titeltext konstituiert. Laut der Beschreibung stellt das Bild jedoch eine Demonstration dar, die bereits am 1. August 2020 stattgefunden hat. Das schließt jeglichen kausalen Zusammenhang zwischen dem im Titeltext thematisierten Verbot und dem Inhalt des Bildes aus. Hingegen könnte man ohne dieses Wissen eher vermuten, dass die Demonstration erst nach dem Erlassen des Verbots stattgefunden hat, und dass man den Eklat aus dem Grund für unnötig hält, weil das Verbot von den Protestierenden nicht respektiert wurde.

Den bisher diskutierten Bildern ist gemeinsam, dass sie „[i]hre prägende Kraft [...] in den Allegorisierungen und Personifizierungen alltäglicher Begebenheiten“ (Schneider 2006: 156) zeigen. Dazu stützen sie sich auf „die konsequente Etablierung einer bestimmten Ikonographie“ und „präsentieren eine Erscheinungsform gesellschaftlicher Gruppen und sozialer Zustände, deren Motive als Konvention etabliert werden sollen, um einsetzbar [...] zu sein“ (Schneider 2006: 157–158).

a logo of Facebook. Facebook has blamed a »faulty configuration change« for the widespread outage which impacted the social media platform, along with Instagram and WhatsApp, for several hours late on Monday. The platforms had confirmed on Twitter they were aware of issues and working to resolve them after thousands of people reported outages shortly before 5pm on Monday. Issue date: Tuesday October 5, 2021.“).

Die zweite Gruppe der Titelbilder sind Fertigbilder, die zwar tatsächlich die Personen darstellen, von denen die Titeltexte handeln, aber in einem völlig anderen situativen Kontext entstanden sind.

Beispiel 6

<https://www.msn.com/de-de/unterhaltung/royals/maria-wladimirowna-romanowa-ihr-sohn-zeigt-angeblichen-zaren-nachfahren-an/ar-BB18rcwI>

Titelbild: <https://www.imago-images.de/st/0059333832> („ITAR-TASS: IVANOVO OBLAST, RUSSIA. MARCH 11, 2013. Head of the Russian Imperial House, the Grand Duchess of Russia Maria (Vladimirovna) Romanova visits Shuya town“)

Titeltext: „Maria Wladimirowna Romanowa: Ihr Sohn zeigt angeblichen Zaren-Nachfahren an“

Text-Bild-Relation: Dominanz des Textes

Die Mitteilung ist mit der Abbildung von Maria Wladimirowna Romanowa illustriert, die laut der Beschreibung im Jahr 2013 entstanden ist. Die Pose passt jedoch optimal zu dem (in diesem Fall dominanten) Titeltext. Die Abbildung mit einem weißen Rosenstrauß, einem leichten Lächeln und nach oben gerichtetem Blick scheint ihre Majestät zu betonen. Ihr Gesichtsausdruck kann aber zugleich (in Verbindung mit dem Text) als ein Zeichen der Erleichterung gedeutet werden, mit der die Zarin auf die Schritte reagieren könnte, die ihr Sohn gegen den falschen Nachfahren unternommen hat.

Beispiel 7

<https://www.msn.com/de-de/nachrichten/politik/wladimir-putin-äußert-sich-erstmals-selbst-zu-belarus/ar-BB18qqqT>

Titelbild: Bild der Deutschen Presseagentur von dem Fotografen Mikhail Klimentyev (nicht online verfügbar)⁴

Titeltext: „Wladimir Putin äußert sich erstmals selbst zu Belarus“

Text-Bild-Relation: Dominanz des Textes

Theoretisch könnte man vermuten, dass das Bild, das in diesem Artikel benutzt wird, tatsächlich während des Interviews gemacht wurde, in dem sich der Präsident Russlands zur Krise in Belarus äußerte. Die Internetseite <https://russische-botschaft.ru/de/2020/08/28/putin-im-o-ton-ueber-corona-den-russischen-impfstoff-die-wirtschaft-und-die-lage-in-weiss-russland/> liefert jedoch das wahre Bild von diesem Interview. Der Vergleich der beiden Bilder lässt viele Ähnlichkeiten aufzählen, wie die Kleidungsfarbe oder die Positionierung der Flagge im Hintergrund. Es gibt aber auch einige deutliche Unterschiede, z. B. die massive Rückenlehne des Sessels, in dem der Präsident bei dem Interview sitzt, die es auf dem

⁴ Das Bild kann in dem Artikel im *Spiegel* (mit demselben Namen in der Internetadresse) unter: <https://www.spiegel.de/ausland/wladimir-putin-aeussert-sich-erstmals-selbst-zu-belarus-a-00743e5c-4960-4508-854d-abf7484ea63c> angesehen werden.

Bild bei www.msn.com nicht gibt. Erst diese Bemerkung lässt das Bild als ein Fertigbild entlarven, das jedoch keine Kontradiktionen in Bezug auf den Titeltext aufweist.

Beispiel 8

<https://www.msn.com/de-de/nachrichten/politik/vergiftung-des-kreml-gegners-das-neue-kreml-maerchen-bnd-cia-mi6---wer-alles-hinter-der-causa-alexej-nawalny-stecken-soll/ar-BB18qzZS?li=BBqg6Q9>

Titelbild: <https://portal.picture-alliance.com/portal/searchresult/page/next?portalArea=complete> (MOSCOW, RUSSIA - (ARCHIVE): A file photo dated September 29, 2019 shows Russian opposition leader Alexei Navalny during a rally in support of political prisoners in Prospekt Sakharova Street in Moscow, Russia“)⁵

Titeltext: „Vergiftung des Kreml-Gegners: Das neue Kreml-Märchen: BND, CIA, MI6 – wer alles hinter der Causa Alexej Nawalny stecken soll“

Text-Bild-Relation: Dominanz des Textes / Kontradiktion

Dass das verwendete Bild ein Fertigbild ist, lässt sich in diesem Beispiel besonders deutlich erkennen. Der Beschreibung zufolge stammt es vom September 2019. Auf dem Bild sieht man den russischen Oppositionellen in guter Gesundheit, obwohl er im Moment der Veröffentlichung der Nachricht in einem Berliner Krankenhaus um sein Leben kämpft. Von seiner Vergiftung, die diesen Zustand verursacht hat, erfährt man nur aus dem (aus diesem Grund dominanten) Titeltext. Daher ist in diesem Fall das Befinden der dargestellten Person als eine eindeutig kontradiktive Marke aufzufassen, die jedoch bei der Bildauswahl kein Grund dafür war, das Bild als unpassend zu bewerten.

Beispiel 9

<https://www.msn.com/de-de/sport/other/nfl-bizeps-verletzung-eagles-verlieren-starter/ar-BB18rddH?li=BBqgbZL>

Titelbild: <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/philadelphia-eagles-offensive-tackle-andre-dillard-on-the-news-photo/1191825019> („MIAMI GARDENS, FL - DECEMBER 01: Philadelphia Eagles Offensive Tackle Andre Dillard (77) on the sidelines during the NFL game between the Philadelphia Eagles and the Miami Dolphins at the Hard Rock Stadium in Miami Gardens, Florida on December 1, 2019“)

Titeltext: NFL: Bizeps-Verletzung: Eagles verlieren Starter

Text-Bild-Relation: Dominanz des Textes / Kontradiktion

Genauso wie im davorstehenden Beispiel lässt sich auch bei der Mitteilung über eine Verletzung des American-Football-Spielers Andre Dillard feststellen, dass das Titelbild in Bezug auf den ihm gegenüber dominanten Titeltext zu einem beträchtlichen Teil kontra-

⁵ Unter dem angegebenen Link ist das Bild nicht mehr verfügbar. Allerdings gibt es den Artikel mit diesem Bild nach wie vor auf der Internetseite von *Stern*: <https://www.stern.de/politik/ausland/alexej-nawalny--der-kreml-setzt-ein-neues-maerchen-in-die-welt--9392970.html>.

diktiv ist. Zwar handelt es sich um dieselbe Person, aber während es im Titeltext heißt, dass der Fußballer wegen der Verletzung die ganze Saison verpassen muss, ist er auf dem Titelbild zum Spiel gekleidet und befindet sich auf dem Sportplatz. Auch sein Gesichtsausdruck verrät offensichtlich keine Schmerzbeschwerden.

Beispiel 10

<https://www.msn.com/de-de/sport/fussball/müllers-medaille-im-bad-im-fall-messi-«nix-machen»/ar-BB18qpOf?li=BBqg6Q9>

Titelbild: Bild der Deutschen Presseagentur von dem Fotografen Sven Hoppe (nicht online verfügbar)⁶

Titeltext: Müllers Medaille im Bad: Im Fall Messi «nix machen»

Text-Bild-Relation: Text-Dominanz / Kontradiktion

Eine analogische Situation ist auch im letzten analysierten Beispiel zu beobachten. Zwar ist Thomas Müller in einer Schutzmaske abgebildet, was davon zeugt, dass die Aufnahme relativ aktuell ist, aber man kann trotz dem verschwommenen Hintergrund erkennen, dass sie während einer Pressekonferenz gemacht wurde. Inzwischen erfährt man aus dem Titeltext, dass er während des Interviews (in dem er u. a. nach der Möglichkeit gefragt wird, dass Lionel Messi zu FC Bayern übergeht) gerade im Urlaub ist, wodurch eine Kontradiktion zwischen dem Titeltext und Titelbild entsteht.

Zusammenfassung

Die obige Analyse lässt in der ersten Linie nachvollziehen, wie verbreitet die Verwendung der Fertigbilder als Titelbilder auf Nachrichtenportalen ist. Zwar wird hier keine quantitative Analyse unternommen, aber selbst die Tatsache, dass sich an einem einzelnen Tag mehrere Beispiele identifizieren lassen (wobei die zehn diskutierten nur eine Stichprobe darstellen), zeigt, dass dieses Phänomen alles andere als eine Randerscheinung ist.

Unter den Titelbildern, die zu der ersten Gruppe gehören, d. h. zufällige Personen oder Objekte darstellen, kann in drei von fünf analysierten Beispielen (2, 3 und 4) die Dominanz des Textes festgestellt werden. Das bedeutet, dass diese Titelbilder dermaßen allgemein sind, dass sie keine relevanten Informationen vermitteln, die es in den Titeltexten nicht gäbe. In einem Fall (Beispiel 1) lässt sich allerdings eine umgekehrte Dominanzrelation feststellen. Obwohl es sich dabei um ein Fertigbild handelt, wird durch seine Auswahl mehr über den Inhalt des Artikels als durch den Titeltext vermittelt. In zwei Fällen lässt sich eine kontradiktive Beziehung feststellen. In dem einen Fall (Beispiel 3) kommt die Kontradiktion zwischen Text und Bild zusammen mit der Dominanz des Textes vor. Nicht nur ist das Bild weniger informativ, sondern es hat auch eine kontradiktive Marke, wodurch die damit vermittelten Informationen dem Inhalt des Textes zum Teil nicht entsprechen. In dem

⁶ Das Bild kann im Artikel auf *t-online.de*: https://www.t-online.de/region/muenchen/news/id_88470922/muellers-medaille-im-bad-im-fall-messi-nix-machen-.html angesehen werden.

anderen Fall (Beispiel 5) ist das Bild dem Text gegenüber im höchsten Grad kontradiktiv, indem es zwar dasselbe Thema betrifft, aber den Lesenden (möglicherweise absichtlich, um die Aufmerksamkeit anzuziehen) irreführt.

In der zweiten Gruppe, worin die Titelbilder Darstellungen von Personen sind, von denen die Artikel handeln, sind die Titeltex te in allen Fällen dominant. Während die Bilder die betroffene Person grundsätzlich nur identifizieren lassen, ist das jeweilige Thema den Titeltex ten zu entnehmen. Die kontradiktive Beziehung ist in drei solchen Beispielen (8, 9 und 10) sichtbar. In allen diesen Fällen betrifft sie eine Kontradiktion hinsichtlich dem emotionalen oder gesundheitlichen Zustand der betroffenen Person.

Im Großen und Ganzen lässt sich feststellen, dass die als Titelbilder gebrauchten Fertigbilder in Verbindung mit Titeltex ten nur selten primäre Informationsträger sind. Nicht nur sind sie meistens relativ wenig informativ, sondern mehrmals auch aufgrund der kontraktiven Marken irreführend.

Quantitativ gesehen ist die Akzeptierbarkeit in Bezug auf kontradiktive Bildmarken bei der Bildauswahl in der zweiten Gruppe höher. Die einzige Voraussetzung ist in diesem Fall (wie die Beispiele zeigen), dass die Bilder tatsächlich die Personen abbilden, von denen die Texte handeln. Die Übereinstimmung hinsichtlich des situativen Kontextes erweist sich als fakultativ, indem es keine Seltenheit ist, dass die Situation, in der die Personen fotografiert wurden, dem Inhalt des Textes völlig widerspricht.

Die verbreitete Verwendung der Fertigbilder ist einerseits dadurch bedingt, dass sowohl allgemeine Bilder als auch Bilder von bekannten Personen problemlos über Online-Bild datenbanken gefunden und bezogen werden können. Die große Auswahl bewirkt, dass sich die Bilder (auch wenn nicht immer reibungslos) dem jeweiligen aktuellen Kontext zuordnen lassen. Andererseits lässt sich aus diesem Phänomen über die Einstellung zu Bildern in der massenmedialen Realität schlussfolgern. Es lässt sich konstatieren, dass die Ähnlichkeitsbeziehung in gewissen (oben genannten) Aspekten zwischen dem Bild und dem Objekt, von dem der Text handelt, als ein ausreichender Grund dafür angesehen wird, das Bild als seine Repräsentation anzuerkennen. Zugleich scheinen die kausalen Bezüge an Bedeutung verloren zu haben. Ob auf dem Bild tatsächlich das zu sehen ist, was es angeblich repräsentiert, ist weniger relevant als das, ob das Bild als eine Repräsentation überzeugt oder in anderen Worten, ob die Kontextfälschung die etablierten Grenzen der Akzeptabilität nicht überschreitet. Dies kann auch als ein Beweis für die sinkende Wertschätzung des Bildes als einer Informationsquelle angesehen werden. Während es selbstverständlich als völlig unakzeptabel erscheinen würde, in dem Titeltex t oder in dem Text des Artikels auf einem Nachrichtenportal über die Ereignisse explizit zu lügen, kommt den Titelbildern häufig keine repräsentative Funktion zu.

Quellen

<https://www.alamy.com/file-photo-dated-031115-of-a-woman-using-her-phone-under-a-logo-of-facebook-facebook-has-blamed-a-faulty-configuration-change-for-the-widespread-outage-which-impacted-the-social-media-platform-along-with-instagram-and-whatsapp-for-several-hours-late-on-monday-the-platforms-had-confirmed-on-twitter-they-were-aware-of-issues-and-working-to>

- [resolve-them-after-thousands-of-people-reported-outages-quickly-before-5pm-on-monday-issue-date-tuesday-october-5-2021-image446423800.html](https://portal.picture-alliance.com/portal/searchresult/editorial/-1/NORMAL_THUMB/true/true/true/true/true/facebook) (letzter Zugriff: 26.11.2023).
- https://portal.picture-alliance.com/portal/searchresult/editorial/-1/NORMAL_THUMB/true/true/true/true/true/facebook (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://russische-botschaft.ru/de/2020/08/28/putin-im-o-ton-ueber-corona-den-russischen-impfstoff-die-wirtschaft-und-die-lage-in-weissrussland/> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/philadelphia-eagles-offensive-tackle-andre-dillard-on-the-news-photo/1191825019> (letzter Zugriff: 26.11.2023).
- <https://www.imago-images.de/st/0059333832> (letzter Zugriff: 26.11.2023).
- <https://www.imago-images.de/st/0102812365> (letzter Zugriff: 26.11.2023).
- <https://www.istockphoto.com/de/foto/gluecklich-reife-frau-die-ausuebung-gm1029344582-275862131> (letzter Zugriff: 26.11.2023).
- <https://www.istockphoto.com/de/foto/junge-mutter-stillen-ihr-neugeborenes-kind-stillzeit-saeugling-konzept-mutter-ihr-baby-gm939290986-256827037> (letzter Zugriff: 26.11.2023).
- <https://www.msn.com/de-de/finanzen/top-stories/kommentar-eklat-um-das-corona-demoverbot-war-absolut-unnoetig/ar-BB18qW3z?li=BBqg6Q9> (letzter Zugriff: 26.11.2023).
- <https://www.msn.com/de-de/gesundheit/medizinisch/medikamente-und-stillen-schadet-es-meinem-kind-wenn-ich-waehrend-der-stillzeit-antibiotikum-nehme/ar-BB18qDQd> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.msn.com/de-de/gesundheit/other/bauch-workout-bauchfett-weg-mit-diesen-uebungen-fuer-zuhause-klappt-s/ar-BB18qwZX> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.msn.com/de-de/nachrichten/digital/ios-14-apple-trifft-facebook-da-wo-es-weh-tut/ar-BB18qDX1?li=BBqg6Q9> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.msn.com/de-de/nachrichten/politik/vergiftung-des-kreml-gegners-das-neue-kreml-maerchen-bnd-cia-mi6---wer-alles-hinter-der-cause-alexej-nawalny-stecken-soll/ar-BB18qzZS?li=BBqg6Q9> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.msn.com/de-de/nachrichten/politik/wladimir-putin-aeuert-sich-erstmal-selbst-zu-belarus/ar-BB18qqqT> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.msn.com/de-de/nachrichten/travelnews/bundesregierung-verlaengert-reisewarnungen-vorerst-bis-mitte-september/ar-BB18odZ7> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.msn.com/de-de/sport/fussball/muellers-medaille-im-bad-im-fall-messi-«nix-machen»/ar-BB18qpOf?li=BBqg6Q9> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.msn.com/de-de/sport/other/nfl-bizeps-verletzung-eagles-verlieren-starter/ar-BB18rd-dH?li=BBqgbZL> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.msn.com/de-de/unterhaltung/royals/maria-wladimirowna-romanowa-ihr-sohn-zeigt-angeblichen-zaren-nachfahren-an/ar-BB18rcwl> (letzter Zugriff: 04.09.2020).
- <https://www.shutterstock.com/pl/image-photo/attractive-blonde-woman-headphones-protective-mask-1802738203> (letzter Zugriff: 08.09.2022).
- <https://www.spiegel.de/ausland/wladimir-putin-aeussert-sich-erstmal-selbst-zu-belarus-a-00743e5c-4960-4508-854d-abf7484ea63c> (letzter Zugriff: 26.11.2023).
- <https://www.stern.de/politik/ausland/alexej-nawalny--der-kreml-setzt-ein-neues-maerchen-in-die-welt--9392970.html> (letzter Zugriff: 26.11.2023).
- https://www.t-online.de/region/muenchen/news/id_88470922/muellers-medaille-im-bad-im-fall-messi-nix-machen.html (letzter Zugriff: 26.11.2023).

Literatur

- Albrecht, C. (2007). Wörter lügen manchmal, Bilder immer. Wissenschaft nach der Wende zum Bild. In: T. Metten, W. A. Liebert (Hrsg.), *Mit Bildern lügen* (S. 29–49). Herbert von Halem.
- Belting, H. (2001). *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*. Wilhelm Fink Verlag.
- Boehm, G. (1994). Die Wiederkehr der Bilder. In: G. Boehm (Hrsg.), *Was ist ein Bild?* (S. 11–38). Wilhelm Fink Verlag.
- Burger, H. (1984). *Sprache der Massenmedien*. De Gruyter.
- Burger, H. (2005). *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. De Gruyter.
- Eco, U. (2002). *Einführung in die Semiotik*. Wilhelm Fink Verlag.
- Kapuścińska, A. (2014). Zur Bebilderung des Textes und Betextung des Bildes aus der text- und bildwissenschaftlichen Perspektive. In: G. Antos, R. Opiłowski, J. Jarosz (Hrsg.), *Sprache und Bild im massenmedialen Text. Formen, Funktionen und Perspektiven im deutschen und polnischen Kommunikationsraum* (S. 81–92). Oficyna Wydawnicza Atut.
- Kapuścińska, A. (2017). *Grenzphänomene zwischen Text und Bild am Beispiel multimedialer Nachrichtensendungen*. Erich Schmidt Verlag.
- Kapuścińska, A. (2018). Sind Bilder noch Zeichen? Semiotische Sicht auf die Bilder in den modernen Medien. *Colloquia Germanica Stetinensia*, 27, 67–83.
- Lüthe, R. (2007). Die Wirklichkeiten der Bilder. Philosophische Überlegungen zur Wahrheit bildlicher Darstellungen. In: T. Metten, W. A. Liebert (Hrsg.), *Mit Bildern lügen* (S. 50–63). Herbert von Halem.
- Mitchell, W. J. T. (2008). *Bildtheorie*. Suhrkamp Verlag.
- Nöth, W. (2000). Der Zusammenhang von Text und Bild. In: K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S. F. Sager (Hrsg.), *Text- und Gesprächslinguistik 1. Halbband* (S. 489–496). De Gruyter.
- Plümacher, M. (2005). Bildtypologie als Grundlage der Bildwissenschaft. In: K. Sachs-Hombach (Hrsg.), *Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung* (S. 132–143). Herbert von Halem.
- Schneider, P. (2006). Bildprägungen – Kunsthistorische und bildwissenschaftliche Perspektiven. In: K. Sachs-Hombach (Hrsg.), *Bild und Medium* (S. 149–163). Herbert von Halem.
- Scholz, O. R. (2009). *Bild, Darstellung, Zeichen*. Klostermann Rote Reihe.
- Schulz, M. (2009). *Ordnungen der Bilder. Eine Einführung in die Bildwissenschaft*. Wilhelm Fink Verlag.
- Trabant, J. (1996). *Elemente der Semiotik*. Francke.