

Thomas M. Susanka

Foto/grafie.
Zur Rhetorik von Medium
und Bild

Mit einer Fallstudie zu James Nachtwey

Inhalt

Vorwort | 9

I. Einleitung | 11

II. Fotorhetorik | 21

1. Was ist Fotorhetorik? | 21
2. Das Fotomedium | 34
 - 2.1 Definition | 34
 - 2.2 Das technische Organon | 34
 - 2.3 Produktion und Distribution | 35
 - 2.4 Mediensysteme | 38
3. Medialrhetorik: Bedingungen und Möglichkeiten in der Produktion | 44
 - 3.1 Struktur determinanten für Kode und Text | 44
 - 3.2 Mediale Widerstände in der Produktion | 48
 - 3.3 Das mediale Handlungsspektrum des Fotografen | 52
 - 3.3.1 Präproduktion: Wahl der technischen Apparatur | 52
 - 3.3.2 Produktion: Das Festlegen der Sichtweise | 55
 - 3.3.3 Postproduktion – Rhetorik und Manipulation | 60
4. Medienrhetorik: Die rhetorische Medienbotschaft | 63
 - 4.1 Fragen und Methodik der Medienrhetorik | 63
 - 4.2 Der Appeal des Fotomediums | 71
 - 4.2.1 Instruktion: So und nicht anders | 75
 - 4.2.2 Verifikation: Beweis und Wahrheit im Bild | 81
 - 4.2.3 Dokumentarismusfunktion | 86
 - 4.2.4 Das Ethos des Fotografen und der mediale Appeal | 87
 - 4.3 Das Fotomedium im digitalen Zeitalter | 96
5. Zusammenfassung | 89

III. Bedeutung und Rhetorik der Fotografie | 113

1. Bildrhetorik und Bildtheorie und das Problem bildlicher Ambiguität | 117
2. Der Kode der Bilder | 124
 - 2.1 Sprachanalogie: Methodik und Gefahren | 130
 - 2.2 Was ist ein Bild? | 134
 - 2.3 Bildsemantik und Ambiguität | 138
 - 2.3.1 Zeichen im Bild – Theorie der Bildzeichen | 138
 - 2.3.2 Mehrdeutigkeit der Bildzeichen | 146
 - 2.3.3 Vagheit | 152
 - 2.3.4 Die Grenzen des Bildkodes: Spezifität vs. Unspezifität | 154
 - 2.3.5 Bildsemantik und enzyklopädisches Wissen, frames und scripts | 158
 - 2.4 Syntaktik | 161
 - 2.5 Zusammenfassung | 169
3. Der Bildtext | 171
4. Bildrhetorik | 183
 - 4.1 Bildrhetorik vs. visuelle Rhetorik | 183
 - 4.2 Persuasion durch Fotografien | 193
 - 4.2.1 Instruktiver Orientierungsaspekt | 194
 - 4.2.2 Verifikativer Orientierungsaspekt | 195
 - 4.2.3 Axiomatischer Orientierungsaspekt | 200
 - 4.2.4 Evaluativer Orientierungsaspekt | 201
 - 4.2.5 Emotiver Orientierungsaspekt | 203
 - 4.2.6 Direkt-stimulativer Orientierungsaspekt | 206
 - 4.2.7 Voluntativer Orientierungsaspekt | 207
5. Zusammenfassung | 210

IV. James Nachtwey – ein rhetorischer Fotograf | 213

1. Rhetorische Dokumentarfotografie | 214
2. James Nachtwey: Ein Orator | 229
3. Das rhetorische Ziel | 231
4. Nachtweys Medieneinsatz | 235
 - 4.1 Produktion | 237
 - 4.2 Distribution | 239

- 5. Nachtweys Bildrhetorik | 244
 - 5.1 Drei Prinzipien von Nachtweys Bildrhetorik | 245
 - 5.1.1 Komplexitätsreduktion | 245
 - 5.1.2 Eloquenz vs. Ästhetisierung | 247
 - 5.1.3 Affekterregung | 257
 - 5.2 Bildanalysen | 261
- 6. Zusammenfassung | 273

V. Schluss: Zehn Punkte zu Foto/grafie und Rhetorik | 275

- 1. Foto/grafie – Medium und Textur | 275
- 2. Das Fotomedium | 276
- 3. Mediale Glaubwürdigkeit | 276
- 4. Fotografien als Bilder oder als besondere ‚fotografische Zeichen‘ | 277
- 5. Bilder als Texturen | 278
- 6. Bildzeichen und Bildkode | 278
- 7. Ambiguität und Eindeutigkeit der Bilder | 279
- 8. Rhetorik des Bildes | 279
- 9. Rhetorische Dokumentarfotografie | 280
- 10. James Nachtwey: Ein rhetorischer Fotograf | 280

Abbildungsverzeichnis | 281

Literatur | 283

Register zu Namen und Sachen | 295