

Masterthesis

Visueller Konstruktiver Journalismus Konzepte und visuelle Codes

eingereicht an der

FH JOANNEUM Graz

Institut Journalismus und Public Relations (PR)

vorgelegt im März 2019 von

Mag. Michael Schöppel

1730022010

Betreuer:

Mag. Thomas Wolkingner

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Masterthesis selbstständig angefertigt und die mit ihr verbundenen Tätigkeiten selbst erbracht habe. Ich erkläre weiters, dass ich keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Alle aus gedruckten, ungedruckten oder dem Internet im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt übernommenen Formulierungen und Konzepte sind gemäß den Regeln für gutes wissenschaftliches Arbeiten zitiert und durch Fußnoten bzw. durch andere genaue Quellenangaben gekennzeichnet. Die vorliegende Originalarbeit ist in dieser Form zur Erreichung eines akademischen Grades noch keiner anderen Hochschule vorgelegt worden. Diese Arbeit wurde in gedruckter und elektronischer Form abgegeben. Ich bestätige, dass der Inhalt der digitalen Version vollständig mit dem der gedruckten Version übereinstimmt. Ich bin mir bewusst, dass eine falsche Erklärung rechtliche Folgen haben kann.

[Unterschrift]

[Ort, Datum]

Kurzfassung

Konstruktiver Journalismus existiert als Konzept seit den 2000er-Jahren und wird in der Wissenschaft vorwiegend aus Sicht der positiven Psychologie untersucht. Die Textebene und die Wirkung von Nachrichten stellen bis dato den Forschungsschwerpunkt dar. In der vorliegenden Arbeit wird der Versuch unternommen, ein Konzept für einen Visuellen Konstruktiven Journalismus zu etablieren, welches einen anwendungsbezogenen, konstruktiven Zugang zur Ebene der Bildproduktion und Bildredaktion im Journalismus ermöglichen soll. Dazu werden bestehende Definitionen zum Konstruktiven Journalismus verglichen und Analogien sowie Differenzen zwischen Text und Bild gesucht. Im Rahmen der Arbeit werden außerdem explorative Expert_inneninterviews mit Fotograf_innen und Journalist_innen geführt, codiert und zur Konzeptentwicklung herangezogen. Über Umsetzungsbeispiele werden schließlich mögliche Herangehensweisen beleuchtet, um für Fotojournalist_innen sowie Bildredakteur_innen arbeitsleitende Konzepte zu definieren.

In Bezug auf Fotojournalist_innen umfassen diese arbeitsleitenden Konzepte grundlegende Überlegungen zu Ethik, Framing und zur eigenen Position einerseits, der Fokus auf emotionale und intime Bilder sowie ein bewusster Perspektivenwechsel andererseits. Für die Arbeit von Bildredakteur_innen sind das Kuratieren von Inhalten – weg von den illustrierenden, hin zu erklärenden, emotionalen, kommentierenden und aktivierenden Bildern – sowie die ausführliche Kontextualisierung von Fotos über neue (digitale) Gestaltungsmöglichkeiten entscheidend.

Abstract

Since the 2000s, the concept of constructive journalism has been widely studied from a positive psychology perspective. Up until recently, research primarily focussed on content (text) and the impact of news. This master thesis attempts to establish a concept for visual constructive journalism, which should allow for an application-oriented access to image production and image editing in journalism. Furthermore, the thesis compares existing definitions of constructive journalism and discusses the analogies and differences between text and image. The explorative expert interviews with photographers and journalists were carried out and coded in order to develop the concept for visual constructive journalism. By means of examples of implementation, possible approaches will be examined in order to define guiding principles for photojournalists and picture editors.

The principles for photojournalists contain basic considerations on ethics, framing and one's own position, a focus on emotional and intimate images, as well as the deliberate change of perspective. For the work of picture editors, the curation of content – away from illustrative or explanatory images and towards emotional, commenting and activating pictures – as well as detailed contextualisation of photos via new (digital) design options is crucial.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	7
1.1 Relevanz.....	8
1.2 Arbeitsleitende Fragen.....	8
1.3 Gliederung.....	9
1.4 Methodik.....	10
2. Ein neuer Journalismus.....	12
2.1 Eine kurze Geschichte über die Entstehung des Konstruktiven Journalismus.....	13
2.2 Die Prinzipien des Konstruktiven Journalismus.....	15
2.2.1 Was jetzt?.....	15
2.2.2 Abgrenzung zu anderen Strömungen.....	19
2.2.3 Kritik.....	21
2.3 Definition Konstruktiver Journalismus.....	23
3. Eine neue Art zu sehen?.....	26
3.1 Fotojournalismus im visuellen Zeitalter.....	26
3.1.1 Ein Fenster zur Welt.....	28
3.1.2 Darf man das zeigen? Bilder und Ethik.....	35
3.1.3 Ein Exkurs zur Ästhetik von journalistischen Bildern.....	39
3.2 Analogien und Unterschiede auf Text- und Bildebene.....	43
3.3 Die drei Sphären journalistischer Bilder.....	46
3.3.1 Bildproduktion.....	47
3.3.2 Bildredaktion.....	49
3.3.3 Bildrezeption.....	52
3.4 Visueller Konstruktiver Journalismus.....	53
4. Making a difference – Bildproduktion.....	56
4.1 Bildsprache im Visuellen Konstruktiven Journalismus.....	56
4.1.1 Wie journalistische Bilder entstehen.....	57
4.1.2 Was Bilder zeigen.....	67
4.1.3 Über Emotionen im Bild.....	72
4.2 Perspektiven(-wechsel).....	76
5. Von der Dunkelkammer auf die Titelseiten – Bildredaktion.....	84
5.1 Narration von Bildgeschichten.....	84
5.2 Die meisten Bilder brauchen Worte – Kontextualisierung.....	89
5.3 Alles online – multimediales Storytelling.....	95
5.3.1 Ein Bild in mehreren Schichten.....	97
5.3.2 Four Corners.....	99
5.3.3 Neue Titelseiten.....	101
6. Ein Plan für den Visuellen Konstruktiven Journalismus – Konzept.....	103
6.1 Konzepte der fotografischen Praxis.....	103
6.2 Konzepte aus den Expert_inneninterviews.....	106
6.3 Resümee & Ausblick.....	108
Quellenverzeichnis.....	111
Literaturverzeichnis.....	113
Abbildungsverzeichnis.....	115
Grafikverzeichnis.....	117
Anhang.....	118

1. Einleitung

„If it bleeds, it leads.“¹

Die martialisch klingender Aussage besitzt einen wahren Kern. Negative Schlagzeilen dominieren den Nachrichtenalltag und mit ihnen die dramatischen Bilder und visuellen Aufreger. Ohne die nötige kritische Distanz bekommt man schnell das Gefühl, dass vieles, das rund um eine_n passiert, von Problemen und Konflikten geprägt ist. Während investigative Journalist_innen versuchen, einen besonders kritischen Blick auf die Strukturen hinter Problemen zu werfen, verfolgen Journalist_innen mit dem Konzept des Konstruktiven Journalismus einen anderen Weg. Warum nicht über mögliche Lösungen berichten? In einer „über-kommunizierenden und unter-informierten Welt“² gilt es nach dieser Herangehensweise, die konstruktiven und lösungsorientierten Geschichten hervorzuheben. Sie können schließlich nicht nur neue (positive) Blickwinkel eröffnen, sondern auch Engagement wecken und Rezipient_innen und Journalist_innen miteinander in Dialog bringen.

Dieser Dialog wird gerade bei der Betrachtung von Fotos noch verstärkt – schließlich ‚bewegen‘ uns Bilder auf ganz besondere Art und Weise. Die Ära des Visuellen ist längst da und Bilder dominieren die personalisierten Nachrichtenstreams. Gleichzeitig bleibt immer weniger Zeit, um all diese Fotos zu betrachten und zu verstehen, was Bilder bedeuten können. Was wäre, wenn es eine andere Form des visuellen Geschichten-Erzählens gäbe? Was, wenn auch Bilder Teil einer konstruktiven medialen Berichterstattung würden? Diese Arbeit versucht Antworten auf diese Fragen zu erörtern und mögliche Taktiken, Handlungsweisen und Konzepte für die fotografische sowie die redaktionelle Praxis auszuarbeiten.

Fotojournalist_innen wie Protagonist_innen, Redakteur_innen und Rezipient_innen werden durch einen Visuellen Konstruktiven Journalismus zu Akteur_innen und kuratieren gemeinsam neue Spielarten von Geschichten – die darin enthaltenen Bilder sind vieldeutige Codes und konstruktive Lösungsansätze zugleich.

1 Pooley, Eric: Grins, Gore and Video. In: New York Magazine, 9. Oktober 1989. S. 37.

2 Haagerup, Ulrik: Constructive news: Warum „bad news“ die Medien zerstören und wie Journalisten mit einem völlig neuen Ansatz wieder Menschen berühren. Salzburg 2015. S. 60.

1.1 Relevanz

Die vorliegende Arbeit versucht ein Konzept für einen Visuellen Konstruktiven Journalismus zu erarbeiten. Bis dato konzentrierte sich die Forschung im Bereich der jungen Strömung des Konstruktiven Journalismus zum Großteil auf die Textebene und die psychologische Wirkung von Nachrichten³. Die Nachrichtenproduktion ist heute aber mehr denn je von visuellen Einflüssen geprägt; die Rezipient_innen konsumieren vorwiegend bebilderte Nachrichten – sei es in den klassischen Medien wie Print oder Fernsehen oder in den Streams der Social-Media-Kanäle und Onlinemedien. Konstruktiver Journalismus ist noch kein fertiges Konzept und unterliegt, wie der Journalismus selbst, einer steten Veränderung. Umso wichtiger ist es, eine weitere Perspektive hinzuzufügen, die im Nachrichtenalltag höchst relevant ist. Es dürfte sich bei dieser Arbeit um den erstmaligen Versuch handeln, die Idee des Konstruktiven Journalismus über einen fotojournalistischen Zugang zu definieren. Damit soll ein praktischer Beitrag zur Auseinandersetzung mit der Zukunft des Fotojournalismus und des Journalismus allgemein geleistet werden. Dieser Beitrag könnte auch mögliche Wege aus der Krise der Branche aufzeigen – Visueller Konstruktiver Journalismus kann Rezipient_innen auf neue Arten einbeziehen und helfen, die Frage nach konstruktiven Lösungsansätzen zu beantworten. Die Kombination aus Literatur- und Bildanalyse sowie explorativen Expert_inneninterviews ermöglicht einen umfassenden Zugang zum Thema.

1.2 Arbeitsleitende Fragen

Aus der intensiven Beschäftigung mit Konstruktivem Journalismus entwickelte sich die Frage nach der Rolle der visuellen Ebene in der Nachrichtenberichterstattung. Wenn Texte konstruktive Geschichten erzählen können, müsste das bei Bildern auch möglich sein. Aus dieser ersten Überlegung haben sich im Laufe der Recherche folgende relevante, arbeitsleitende Fragen ergeben:

- Wie können Fotojournalist_innen Geschichten im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus erzählen?
- Wie sieht Visueller Konstruktiver Journalismus in der Bildsprache aus?

³ In der Analyse der psychologischen Wirkung wird in der Regel nicht explizit auf die visuelle Ebene eingegangen. Vgl. dazu McIntyre, Karen: Constructive Journalism: The Effects of Positive Emotions and Solution Information in News Stories. North Carolina 2015 (Dissertation).

- Was sind Umsetzungsmöglichkeiten des Visuellen Konstruktiven Journalismus auf der Ebene der Bildredaktion?
- Welche Rolle kommt den Fotojournalist_innen, welche den Bildredakteur_innen zu?

Um die Fragen zu beantworten, wird in dieser Arbeit ein Methodenmix verwendet. Zuerst werden theoriegeleitete Überlegungen zum Thema angestellt, ehe auf Konzeptebene Vorschläge zur Umsetzung des Visuellen Konstruktiven Journalismus erläutert und analysiert werden. Die theoretischen Überlegungen werden von einer ausführlichen inhaltlichen Analyse der bereits existierenden Literatur sowie explorativen Expert_inneninterviews gestützt. Die Konzeptentwicklung wird anhand von theoretischen Überlegungen, Ergebnissen aus dem Codierverfahren der Interviews, ausgearbeiteten Arbeitsskizzen, mehreren Bildbeispielen sowie bereits angewandten Lösungsmöglichkeiten umgesetzt.

1.3 Gliederung

Die vorliegende Masterarbeit ist in drei große Themenkomplexe gegliedert. Der erste Teil (Kapitel 2 und 3) widmet sich einer Einführung zu den Konzepten Konstruktiver Journalismus und dessen Weiterentwicklung zu einem Visuellen Konstruktiven Journalismus sowie Theorien zur fotojournalistischen und redaktionellen Praxis. Die Definition des Visuellen Konstruktiven Journalismus wird anhand von Analogien zum Konstruktiven Journalismus, Expert_inneninterviews und Literaturanalyse entwickelt. Hinsichtlich des Konstruktiven Journalismus wird vorwiegend auf eine umfassende Literaturanalyse zurückgegriffen. Da das Phänomen (unter diesem Namen) erst seit rund 13 Jahren existiert, ist der Forschungsstand im Bereich der Journalismustheorie überschaubar. „Research on the effects of constructive journalism is still in an early stage. Most studies so far can be characterized as experimental studies, performed in a more or less academic setting. They often focus on differences in the effects of reading a traditionally prepared news item and a version that includes one or more constructive elements. Overall, these first studies seem to confirm the assumption that employing constructive elements in news increases positive emotions and decreases negative emotions.“⁴ Dies lässt sich auch anhand des Alters der wissenschaftlichen Literatur feststellen. Die meisten der Artikel und Bücher, auf die in dieser Arbeit referenziert wird, sind nicht älter als sieben Jahre.

4 Liesbeth Hermans, Lisbeth und Drok, Nico: Placing Constructive Journalism in Context. In: Journalism Practice 12, 6/2018. S. 686.

Der zweite Themenkomplex (Kapitel 4 und 5) behandelt Bildherstellung und Bildredaktion – die Grundlagen für das in dieser Arbeit zu entwickelnde Konzept des Visuellen Konstruktiven Journalismus. Er beinhaltet die Einordnung der Literaturanalyse, Praxisbeispiele – inklusive Bildanalysen von Fotoreportagen und Einzelbildern. Daraus folgt schließlich der dritte Teil der Arbeit, das Konzept.

Im dritten Teil (Kapitel 6) ist die Synthese aller vorangegangenen Ausführungen, Analysen und Überlegungen sowie eine inhaltliche Analyse der explorativen Expert_inneninterviews vorgesehen. Das Konzept des Visuellen Konstruktiven Journalismus beinhaltet Überlegungen zu Umsetzungsmöglichkeiten im Bereich des Fotojournalismus und der Bildredaktion.

1.4 Methodik

Die verwendeten Methoden in dieser Arbeit sind die Analyse aktueller Literatur aus der Journalistik und verwandten Themengebieten, Bildanalysen sowie qualitative (Expert_innen-)Interviews, die offen codiert werden. Die Expert_innen für die Interviews arbeiten entweder im Bereich des Konstruktiven Journalismus (Veronique Mistiaen – *Constructive Journalism Project*), oder sind Fotojournalist_innen (Tobias Kruse, Ursula Röck, Kurt Prinz). Die Auswahl der Interviewpartner_innen erfolgte nach Maßgabe der Expertise⁵ und im Fall der Fotograf_innen nach einer Einschätzung der vorhandenen und publizierten fotografischen Arbeiten.

Für die Analyse der Inhalte der Interviews wurde auf die Methode des offenen Codierens zurückgegriffen: „Ausgangspunkt des offenen Kodierens ist das Lesen der Texte und das Markieren von Textstellen durch kurze, prägnante und vergleichsweise abstrakte Konzepte (Kodes), die den Inhalt der jeweiligen Textstelle charakterisieren. Im Laufe des Lesens wird man eine Vielzahl solcher Kodes entwickeln und einzelnen Textstellen zuordnen. Man gewinnt dadurch eine Liste potentieller Kodes, welche die zu analysierenden Phänomenbereiche abbilden. Dadurch, dass man verschiedenen Textstellen denselben Kode zuweist, stellt man systematische Beziehungen zwischen unterschiedlichen und bis dato nicht miteinander verbundenen Datenausschnitten her. [...] Der Kode selbst kann aus einem einzigen Wort oder aus mehreren möglichst prägnanten Wörtern bestehen.“⁶

5 Alle Fotograf_innen betätigen sich seit Jahren hauptsächlich im Bereich der Fotoreportage. Ihre Fotos werden regelmäßig in renommierten deutschsprachigen Medien (zum Beispiel *Die Zeit*, *Datum*, *Profil*) publiziert.

6 Ernst Halbmayer, Ernst und Salat, Jana: Offenes Kodieren. Im Internet: <https://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/qualitative/qualitative-119.html> (aufgerufen am 02.02.2019).

Die erhobenen Codes werden in einer Liste zusammengefasst, und anhand der Daten werden Konzepte entwickelt. Diese werden schließlich im letzten Kapitel hinsichtlich eines Konzeptes für einen Visuellen Konstruktiven Journalismus überprüft.

2. Ein neuer Journalismus

Die Nachrichtenproduktion von heute funktioniert über alle Mediengattungen hinweg ähnlich. Berichtet wird, was Reichweite bringt, Aufmerksamkeit erregt oder im Nachrichtenstrom groß und wichtig genug erscheint. Das oft gehörte Paradigma „if it bleeds, it leads“⁷ scheint immer noch den Nachrichtenalltag zu bestimmen: Nur schlechte Nachrichten sind vermeintlich gute Nachrichten⁸. In der Journalismustheorie ist das *agenda setting*⁹ von schlechten Nachrichten in Medien Teil des Diskurses über den Nachrichtenwert. In statistischen Erhebungen zu Berichterstattung und Inhaltsanalysen von Nachrichten und Medienprodukten taucht das Thema „if it bleeds, it leads“ immer wieder auf und es scheint, dass sich ein Großteil der Nachrichten der Boulevardmedien immer noch an dem Leitsatz orientiert. Was und wie in Nachrichten berichtet wird, ist auch Gegenstand der Überlegungen im Konstruktiven Journalismus.¹⁰ „There is a growing desire in the journalistic profession to challenge journalism routines that focus mainly on problems and conflicts towards news that portray the world more accurately.“¹¹

Dieses Kapitel widmet sich der Entstehungsgeschichte des Konstruktiven Journalismus, den Prinzipien sowie einer Erläuterung der verschiedenen Definitionsversuche des Konzepts und deren unterschiedlichen Interpretationsarten. Dabei werden auch erste Überlegungen hinsichtlich einer Adaption des Konzepts für den Bereich des Fotojournalismus angestellt.

Journalismus verändert sich permanent – sei es wegen neuer Mediengattungen – Radio, Fernsehen, Multimedia, online – oder wegen der Art, wie die Nachrichtenproduktion angelegt wird beziehungsweise wie Themen journalistisch aufbereitet werden. Allerdings gilt die Branche als eher träge, wenn es darum geht, neue Methoden zu etablieren. Seiser unterstreicht diesen Umstand: „Eher werden bewährte und akzeptierte Strukturen zur Herstellung aktueller Medienaussagen routinisiert und tradiert als innovative Programme, Prozesse und Rollen erprobt. So wird beispielsweise erklärbar, warum neue Medientechnologien keineswegs immer und keineswegs sofort im Journalismus implementiert werden.“¹² Die teilweise behäbige Implementierung ist

7 Pooley, NY Magazine, S. 37.

8 Dabei wird oft aus einer ökonomischen Perspektive argumentiert. Schlechte Nachrichten bringen Quote und verkaufen sich besser.

9 Die Agenda-Setting-Theorie wurde von McCombs und Shaw in den 60er Jahren des 20. Jh. entwickelt.

10 Vgl. Bro, Peter: Constructive Journalism: Proponents, Precedents, and Principles. In: Journalism, 1–16/2018. S. 2f.

11 Hermans, Lisbeth und Gyldensted, Cathrine: Elements of Constructive Journalism: Characteristics, Practical Application and Audience Valuation. In: Journalism, 1–17/2018. S. 3.

12 Seiser, Pia: Konstruktiver Journalismus in Österreich: Chance oder Hype?. Wien 2017 (Masterarbeit). S. 11.

wahrscheinlich mit schuld an der Krise des Journalismus, von der aktuell häufig gesprochen wird.¹³ Ulrik Haagerup verweist in seinem Buch *Constructive News* darauf, dass diese altbewährten Methoden und Herangehensweisen nicht mehr zeitgemäß seien. „Nachrichten um ihrer selbst willen sind nicht mehr genug. (...) Wir müssen weiter Nachrichten zeigen, aber Kontexte, Hintergründe, interaktive Elemente, Analysen und Einsichten hinzufügen. Wir müssen den Bürgern helfen, sich in der zunehmend komplexen Gesellschaft zurechtzufinden.“¹⁴ Diese veränderten Bedingungen bilden den Nährboden für neue Konzepte wie den Konstruktiven Journalismus.

2.1 Eine kurze Geschichte über die Entstehung des Konstruktiven Journalismus

Die Geschichte des Konstruktiven Journalismus beginnt keineswegs erst im 21. Jahrhundert. Obwohl es so aussieht, als sei diese journalistische Strömung etwas komplett Neues, und obwohl sich die Bezeichnung des Konstruktiven Journalismus erst zu Beginn der 2000er Jahre entwickelt hat, kann man ähnliche journalistische Konzepte schon früh finden. Aitamurto und Varma sowie Bro stellen fest, dass Konstruktiver Journalismus seinen Ursprung bereits Mitte des vorigen Jahrhunderts hat. Ihren Überlegungen zufolge ist auch eher von einer Wiederauferstehung als von einer Erfindung zu sprechen.¹⁵ Was allerdings schon neu sei, sind die vielfältigen Perspektiven auf die Zukunft des Journalismus und mögliche neue journalistische Darstellungsformen.

Seinen Ursprung als modernes journalistisches Konzept hat der Konstruktive Journalismus in Skandinavien genommen. Catherine Gyldensted und Ulrik Haagerup gelten gemeinhin als Proponent_innen.¹⁶ Die Amerikanerin Karen McIntyre nahm mit ihren Forschungen zu den Effekten positiver Psychologie zusätzlich Einfluss auf die Weiterentwicklung des Konzeptes. Gyldensted und McIntyre widmen sich in ihrer Arbeit den Effekten von negativen Nachrichten auf die Gesellschaft und den dazu gegenpoligen positiven Effekten von konstruktiven und lösungsorientierten Nachrichten.¹⁷ Haagerup betrachtet Konstruktiven Journalismus eher von der journalistischen Seite.

13 Mit der Krise des Journalismus ist das Zeitungssterben, sinkende Auflagenzahlen und die generell missliche ökonomische Lage von vielen Medienunternehmen gemeint. Mit Begriffen wie ‚Fake News‘ und ‚Lügenpresse‘ gibt es aktuell auch eine Vertrauenskrise vielen etablierten Medien gegenüber.

14 Haagerup, *Constructive News*, S. 129.

15 Vgl. Aitamurto, Tanja und Varma, Anita: The Constructive Role of Journalism: Contentious Metadiscourse on Constructive Journalism and Solutions Journalism. In: *Journalism Practice* 12, 6/2018. S. 695-713. S. 700. Und Bro, Peter: Constructive journalism: Proponents, precedents, and principles. In: *Journalism*, 1-16/2018. S. 2f.

16 Vgl. Haagerup, *Constructive News*. Und Gyldensted, Catherine: *Innovating News Journalism through Positive Psychology*. Pennsylvania 2011 (Dissertation).

17 Vgl. McIntyre, *Constructive Journalism*. Und McIntyre, Karen und Gyldensted, Cathrine: *Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production*. In: *The Journal of Media Innovations*, 4.2/2017.

Er fragt provokant: „Liefert dieser herkömmliche Nachrichtenjournalismus wirklich die bestmögliche Version der Wahrheit?“¹⁸ In seiner Vorstellung entsteht mit den Prinzipien des Konstruktiven Journalismus eine Gegenbewegung zur Boulevardisierung der Medienlandschaft, eine Art neuer ausgewogener Berichterstattung, die nicht nur versucht alle Seiten zu hören, sondern auch Lösungen für Probleme anzubieten. „Constructive News geht es um das Morgen: um Geschichten, die eine öffentliche Debatte über eine bessere Zukunft anregen und für sie werben.“¹⁹ Wie Bro in seinen Ausführungen zu der Debatte um Konstruktiven Journalismus betont, ist die Entstehungsgeschichte des Konstruktiven Journalismus dem Beginn vorhergegangener journalistischer Strömungen nicht unähnlich – seien es Walter Williams‘ Überlegungen in *Journalist’s Creed* oder später, Anfang der 2000er Jahre, mit verschiedenen, neuartigen Spielarten des Journalismus²⁰: „Die Experimente trugen Namen wie öffentlicher Journalismus, bürgerschaftlicher Journalismus, Bürger-Journalismus oder lösungsorientierter Journalismus – sie standen für eine beginnende Tendenz zur konstruktiven Berichterstattung.“²¹

Seit den ersten Artikeln und Büchern von McIntyre, Gyldensted und Haagerup hat sich unter Medienmacher_innen eine Art Hype um die Verwendung von Konstruktivem Journalismus im redaktionellen Kontext entwickelt. Neue Institute an Universitäten werden geschaffen, Medien widmen sich der Thematik in speziellen Rubriken oder komplett neu erschaffenen Ressorts – zum Beispiel die *New York Times* in ihrer wöchentlichen Kolumne *Fixes*²². Darüber hinaus widmen sich unabhängige Organisationen der Förderung, Bewerbung und Weiterentwicklung des Konzepts – siehe auch die in dieser Arbeit vorgestellten Inhalte des *Konstruktiven Journalismus Project*²³, des *Solutions Journalism Network*²⁴ und von *Perspective Daily*²⁵. Die ersten relevanten Arbeiten zum Thema Konstruktiver Journalismus kann man grob in die Zeit zwischen 2008 und 2012 einordnen. Es fällt schwer festzulegen, was Konstruktiver Journalismus in einem breiteren Kontext – beziehungsweise im Rahmen der Journalismustheorie – eigentlich bedeutet. Der Zeitraum in dem das Konzept existiert ist schlicht zu kurz. Während Konstruktiver Journalismus für die einen eher die technische Ebene betrifft, ist es für Meier ein Berichterstattungsmuster.²⁶ Damit meint Meier „Varianten von Rollenbildern und Berufsauffassungen, die zu einem Teil der persönlichen

S. 20-34.

18 Haagerup, *Constructive News*, S. 12.

19 Ebda. S. 14.

20 Vgl. Bro, *Constructive Journalism*, S. 6f.

21 Haagerup, *Constructive News*, S. 117.

22 o.V.: *Fixes*. Im Internet: <https://www.nytimes.com/column/fixes> (eingesehen am 30.12.2018).

23 o.V.: *Constructive Journalism Project*. Im Internet: <https://www.constructivejournalism.org> (eingesehen am 18.10.2018).

24 o.V.: *Solutions Journalism Network*. Im Internet: <https://www.solutionsjournalism.org> (eingesehen am 30.12.2018).

25 o.V.: *Perspective Daily*. Im Internet: <https://perspective-daily.de> (eingesehen am 18.01.2019).

Einstellung der Journalisten, der redaktionellen Routinen und der allgemeinen Berufskultur geworden sind“.²⁷ Diese beiden Aspekte – Technik und Berufsauffassung – werden auch in den folgenden Ausführungen zu den Prinzipien des Konstruktiven Journalismus und einem daraus folgenden Definitionsversuch berücksichtigt.

2.2 Die Prinzipien des Konstruktiven Journalismus

„Gute Berichterstattung sieht die Welt mit beiden Augen.“²⁸

Im Kern sollte schon aus der Geschichte des Konstruktiven Journalismus²⁹ deutlich geworden sein, dass das Konzept nicht per se etwas Neues und Innovatives darstellt – es geht um eine Neuinterpretation der Art, wie in den Medien Geschichten erzählt werden. „Das Konzept des konstruktiven Journalismus will es mit neuen Ansätzen schaffen, die Menschen zurück in die Nachrichtenwelt zu holen, Journalismus zu ‚entschleunigen‘ und die Nachrichten positiv und lösungsorientiert zu gestalten“³⁰, argumentiert Seiser und skizziert mit dieser Aussage eines der wesentlichen Grundprinzipien des Konstruktiven Journalismus, wie es sich etwa auch bei Haagerup wiederfindet. Der Konstruktive Journalismus ist eine Form von Journalismus, die problemorientierte Berichterstattung aus einer neuen Perspektive betrachtet, oder wie Meier formuliert: „Der konstruktive Journalismus blendet nämlich weder aus noch färbt er schön. Doch ebenso wenig begnügt er sich damit, Probleme lediglich darzustellen und Verantwortliche zu benennen. Er geht einen Schritt weiter. Er blickt nach vorne. Er fragt: ‚Und was nun?‘“³¹

2.2.1 Was jetzt?

Wie Journalismus betrachtet wird, ist immer auch eine Frage der Rolle, die ihm in der Gesellschaft zugesprochen wird. In einer eher klassischen Sichtweise der Aufgaben von Journalist_innen gilt, dass: „there is a recognisable reality beyond us that can be reflected by objective reporting; a journalist’s function is to act as a detached observer and as a watchdog. In this

26 Vgl. Meier, Klaus: Wie wirkt Konstruktiver Journalismus? In: Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung, 1/2018. S. 4-25. S. 8.

27 Ebda. S. 8.

28 Haagerup, Constructive News, S. 13.

29 Siehe auch aktuelle Studien zu Konstruktivem Journalismus: McIntyre, Karen: Solutions Journalism: The Effects of Including Solution Information in News Stories about Social Problems. In: Journalism Practice, 13/2019. S. 1-19. Und: Kramp, Leif und Loosen, Wiebke: The Transformation of Journalism: From Changing Newsroom Cultures to a New Communicative Orientation? In: Communicative Figurations, 2018. S. 205-239.

30 Seiser, Konstruktiver Journalismus, S. 49.

31 Meier, Wirkung Konstruktiver Journalismus, S. 6. Vgl. dazu auch o.V., Perspective Daily, online.

model, journalism's main purpose is to disseminate information and to control power and hold institutions accountable. In practice, there is a distance between journalists and their public."³² Journalist_innen sind hier als vierte Macht in einem demokratischen System, als Wachhund und Anwalt definiert. Weischenberg fasst diese Rolle unter der Bezeichnung des ,investigativen Journalismus'³³ zusammen. Darüber hinaus gibt es natürlich noch andere Rollen. In dem für die vorliegende Arbeit durchgeführten Interview argumentiert die Journalistin Veronique Mistiaen³⁴, dass es diesbezüglich unter Journalist_innen und Medienmacher_innen aktuell einen Sinneswandel gibt. Viele stellen sich die Frage nach der gesellschaftlichen Aufgabe des Journalismus, so auch Hermans und Drok: „Against the background of an emerging network society, mainstream journalism has been criticized for persisting in a sender-oriented attitude and for staying part of the logic of power. Waisbord summarizes that 'mainstream journalism rarely considers ways in which journalism can foster citizens' engagement in public affairs or public conversation.'³⁵ Während im traditionellen Verständnis von Journalismus die Abgrenzung notwendig ist, um Distanz zu Institutionen und Gesellschaft aufrechtzuerhalten³⁶, versucht der Konstruktive Journalismus diese Distanz zu überwinden. Bei dieser Art der Berichterstattung fördern und fordern die Journalist_innen durch ihre Geschichten zunehmend gesellschaftliche Teilnahme. Hermans und Drok analysieren in ihrer Auseinandersetzung über die Relevanz von Konstruktivem Journalismus, dass die Krise des Journalismus³⁷ dadurch zwar nicht beantwortet wird, aber vielleicht einen wesentlichen Teil zur Lösung in sich trägt beziehungsweise Teil einer größeren Veränderung des gesamten Systems von Journalismus und Medien ist: „At stake is the more fundamental question about the function of professional journalism in the network era, on all levels: individual, community and society. Journalism culture – its goals, values and norms – have to be attuned to the changing circumstances in order to prevent journalism from widening the gap with citizens and society."³⁸ Mit der Netzwerk-Ära und der Netzwerk-Gesellschaft ist in diesem Zusammenhang der Einfluss der Digitalisierung auf gesellschaftliche Entwicklungen gemeint.

Um festzustellen, was eine Geschichte im Sinne des Konstruktiven Journalismus ausmacht, erarbeitete das Journalismus-Department an der Fachhochschule Windesheim 2016 eine

32 Hermans und Gyldensted, *Elements of Constructive Journalism*, S. 6.

33 Vgl. Handbuch Journalismus und Medien. Praktischer Journalismus. Hg. v. Siegfried Weischenberg [u.a.], Konstanz 2005.

34 Vgl. Interview des Verfassers mit Veronique Mistiaen (siehe Anhang 1).

35 Hermans und Drok, *Context Constructive Journalism*, S. 683.

36 Prinzipiell kann argumentiert werden, dass nur wenige Medien eine vollständige Unabhängigkeit garantieren können. Dies liegt unter anderem an den Finanzierungsmodellen, die eine indirekte Einflussnahme ermöglichen.

37 Vgl. Haagerup, *Haagerup, Constructive News*. S. 129 und 136.

38 Hermans und Drok, *Context Constructive Journalism*, S. 688.

Klassifizierung konstruktiver journalistischer Elemente. Dabei griff man einerseits auf Erfahrungen aus der eigenen Lehre zu Konstruktivem Journalismus zurück, andererseits auf Anwendungsbeispiele des Konzepts in der journalistischen Praxis.³⁹

Lösungen	Nachrichten und Berichterstattung werden um lösungsorientierte Frames ergänzt.
Zukunftsorientierung	Zusätzlich zu den traditionellen Fragen, wird die Frage "Was jetzt?" gestellt.
Inklusion und Vielfalt	Verschiedene Perspektiven und Stimmen werden in den Nachrichten inkludiert. Gleichzeitig wird gegen die durch die Medien verursachte Polarisierung gearbeitet.
Ermächtigung	Andere Fragen und Vielfalt soll 'Opfer' und Expert_innen befähigen. Die Fragen sollten nach möglichen Ressourcen, Kooperationen, Gemeinsamkeiten und Lösungen forschen.
the Rosling	Nachrichten werden erklärt und mit Kontext versehen. Daten werden für verständliche Infografiken verwendet. Nachrichten sollten darauf abzielen nicht von Ereignissen zu berichten, sondern Kontext zu liefern.
Co-Kreation	Die Öffentlichkeit soll gestärkt und aktiviert werden. Journalistische Inhalte werden gemeinsam mit den Bürgern erstellt.

Abbildung 1: Klassifizierung konstruktiver journalistischer Elemente

39 Vgl. Hermans und Gyldensted, Elements of Constructive Journalism, S. 4f.

Ähnlich sind die Eigenschaften von Konstruktivem Journalismus beim Onlinemedium

Perspective Daily angeführt:

- zukunfts- und lösungsorientierte Argumente anführen,
- es braucht nicht immer fertige Lösungen,
- empirische Studien als Basis für die Artikel verwenden,
- Ursachenforschung betreiben,
- Möglichkeiten der Änderung von Zuständen aufzeigen.⁴⁰

Hervorzuheben sind die Lösungs- und Zukunftsorientierung („Was jetzt?“). Dies spiegelt sich im Großteil der Fachliteratur zum Thema Konstruktiver Journalismus und auch in den Expert_inneninterviews wider.⁴¹ Das Sender_innen-Empfänger_innen-Modell von Medien wird durch den Fokus auf Empowerment und Co-Kreation erweitert. Der Wechsel von passiven zu aktiven Rezipient_innen entspricht den Überlegungen zur Netzwerkgesellschaft und verändert damit auch Machtverhältnisse zwischen Medium und Rezipient_innen.

Das *Solutions Journalism Network* orientiert sich mit seinem Kriterienkatalog für journalistische Geschichten an der Klassifizierung von Hermans und Gyldensted, konzentriert sich aber im Detail auf die Produktionsbedingungen. Die Kriterien sollen Journalist_innen helfen, die eigenen Geschichten lösungsorientiert zu entwickeln, und die Einreichung von Geschichten für den *Solutions Story Tracker* (Onlinesammlung von lösungsorientierten, journalistischen Texten) vereinfachen:

- wurde oder wird in einem Medium veröffentlicht; hat ein Datum und eine klare Kennzeichnung der Autorin oder des Autors,
- konzentriert sich vorwiegend auf die Lösung eines Problems,
- vermittelt Einblicke, damit die Lektionen für andere relevant sind und daraus gelernt werden kann,
- liefert Beweise für den Erfolg oder Misserfolg eines Lösungsansatzes,
- offenbart Mängel oder Einschränkungen einer Lösung,

⁴⁰ o.V., *Perspective Daily*, online.

⁴¹ Vgl. Meider, *Wirkung Konstruktiver Journalismus*, S. 12. Und Aberra, Nesima: *Communicators for Change: Danielle Batist, Constructive Journalism Project*. Im Internet: <https://medium.com/@nesimaaberra/communicators-for-change-danielle-batist-constructive-journalism-project-793cfb299557> (aufgerufen am 18.10.2018).

- vermeidet Anwaltschaft, PR und Heldenverehrung – stattdessen soll der Fokus auf glaubwürdiger und objektiver Berichterstattung liegen.⁴²

Zusammenfassend kann man festhalten, dass sich Konstruktiver Journalismus in der Nachrichtenproduktion im folgenden Spannungsfeld bewegt:

- Einerseits geht es um eine ausgewogene und objektive Berichterstattung, wie sie auch oft als Kriterium für Qualitätsjournalismus definiert wird;
- Andererseits versucht Konstruktiver Journalismus, die rein objektive Berichterstattung zu erweitern und stattdessen das Hauptaugenmerk auf die lösungsorientierte Wirkung von gesellschaftlichen Phänomenen zu legen, durchaus auch aus einer subjektiveren Perspektive.

Die Journalist_innen selbst wechseln von einer passiven in eine aktive, ermächtigende Funktion. „By taking an active approach, journalists are also concerned about what happens after the news has been reported. This indicates the importance of a public-oriented perspective which will help journalists to establish a more engaging and involving way of news reporting.“⁴³

2.2.2 Abgrenzung zu anderen Strömungen

Neben dem Konstruktiven Journalismus schwirren noch eine Reihe anderer Begriffe durch die Medienwelt und die Wissenschaft, die ein ähnliches Phänomen bezeichnen. Das Problem ist, dass diese Begriffe teilweise nicht trennscharf und oft sogar synonym verwendet werden. Hinzu kommt, dass diese Begriffe im wissenschaftlichen Kontext teilweise noch nicht klar ausdifferenziert sind. Dieser Abschnitt wird sich vor allem an den von McIntyre und Gyldensted verwendeten Modellen orientieren.

⁴² o.V., Solutions Journalism Network, online (übersetzt).

⁴³ Hermans und Gyldensted, Elements of Constructive Journalism, S. 6.

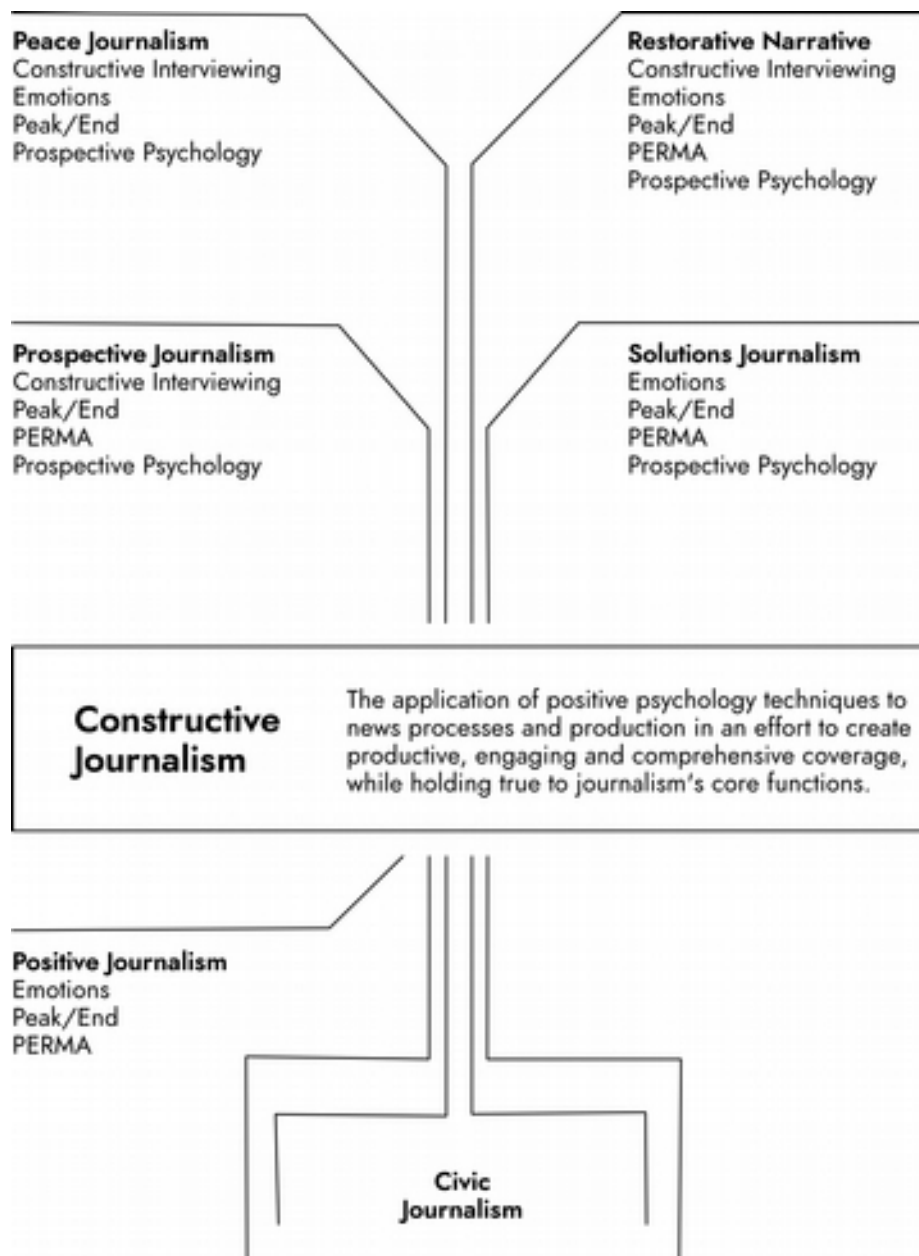


Abbildung 2: Die Zweige des Konstruktiven Journalismus und der darin verwendeten psychologischen Techniken

Für diese Arbeit ist neben Konstruktivem Journalismus vor allem der Begriff *Solutions Journalism* relevant. Diese Strömung im Journalismus kann als Subgenre des Konstruktiven Journalismus gesehen werden. Solutions Journalism fokussiert hauptsächlich sich auf bereits vorhandene Lösungen für soziale Probleme.⁴⁴ Im Gegensatz dazu müssen im Konstruktiven Journalismus nicht unbedingt fertige Lösungen präsentiert werden, weil laut McIntyre auch viele andere Techniken der positiven Psychologie in konstruktiven Geschichten verwendet werden

⁴⁴ Vgl. o.V., Solutions Journalism Network, online.

können.⁴⁵ Der im vorigen Abschnitt präsentierte Kriterienkatalog des *Solutions Journalism Network* enthält aber mit ‚lessons‘ und ‚shortcomings or limitations‘ zwei relevante Punkte, die auch im übergeordneten Genre des Konstruktiven Journalismus eine wesentliche Rolle spielen.

Peace Journalism taucht im Kontext von Konstruktivem Journalismus auch immer wieder auf. Der Friedensjournalismus kommt ursprünglich aus der Soziologie und wurde angesichts der problematischen Darstellung von Konflikten und der Kriegsberichterstattung ‚westlicher‘ Medien entwickelt. Im Kern stellt Friedensjournalismus laut McIntyre und Gyldensted die Anforderung an Journalist_innen „to look at conflict not as a two-party battle where the focus is on winning and losing but rather as a challenge and an opportunity for human progress. Peace journalists report about conflict, but they additionally report information about the roots of the conflict, who is working to prevent violence, and who is benefitting from reconstruction.“⁴⁶

Eine weitere, oft synonym verwendete Bezeichnung ist *Positiver Journalismus*. Bei McIntyre und Gyldensted wird Positiver Journalismus nicht als ein Teilbereich von Konstruktivem Journalismus gesehen. Grund dafür ist laut den Wissenschaftlerinnen, dass Nachrichtenbeiträge auf sogenannten ‚good news websites‘ zwar hochemotional und unterhaltsam sind, aber auch Elemente traditioneller Nachrichten, wie etwa Konflikt oder Auswirkungen, vermissen lassen. Damit wird auch die klare Abgrenzung zu Konstruktivem Journalismus sichtbar. „This lack of commitment to traditional journalism’s core functions is the key difference between positive and constructive news.“⁴⁷

Die anderen Spielarten von Konstruktivem Journalismus, die in Abbildung 1 angeführt sind, „Prospective Journalism“ und „Restorative Narrative“, werden an dieser Stelle nicht näher beschrieben, da sie in der relevanten Literatur meist eine untergeordnete Rolle spielen und für das bessere Verständnis von Konstruktivem Journalismus keinen wesentlichen Beitrag leisten.

2.2.3 Kritik

Die Kritik am Konzept des Konstruktiven Journalismus ist ähnlich vielfältig wie die unterschiedlichen Lesarten des Konzepts. Der häufigste Kritikpunkt ist eine zu ‚positive‘ Sicht auf die Welt. Damit ist gemeint, dass konstruktive Nachrichten die Probleme und Konflikte ausblenden und sich stattdessen nur ‚guten‘ Geschichten widmen würden. Haagerup erwähnt in diesem

⁴⁵ McIntyre, *Constructive Journalism*, S. 16.

⁴⁶ McIntyre und Gyldensted, *Applying Positive Psychology*, S. 25.

⁴⁷ Ebda. S. 26.

Zusammenhang eine Studie des Forschungsinsituts *Public Agenda* worin „79 Prozent der Befragten folgender Behauptung zustimmten: Die Aufgabe eines Reporters ist es, über schlechte Nachrichten zu informieren.“⁴⁸ Es scheint dahingehend auch eine gelernte Erwartungshaltung von Leser_innen, Hörer_innen und Seher_innen zu geben. Hinter der Kritik an der zu positiven Sichtweise steckt zusätzlich die Idee der Unvereinbarkeit von Objektivität und lösungsorientierten Nachrichten. In der Literatur wird diese Kritik erwähnt. Forscher_innen wie Gyldensted, Hermans, oder Drok grenzen Konstruktiven Journalismus stets von einer ‚Good-News-Berichterstattung‘ ab, sie können die zum Teil berechnete Kritik nicht ganz entkräften. In diesem Zusammenhang ist auch die Namensgebung von Ressorts und Rubriken nicht immer hilfreich. Anstatt sich auf den Begriff des Konstruktiven Journalismus zu konzentrieren, verwenden Medien an gute Nachrichten erinnernde Titel. Wie zum Beispiel *The Upside – weekly report* der britischen Tageszeitung *The Guardian*.⁴⁹ Damit werden von Medienseite eher rein positive Nachrichten suggeriert als konstruktive.

Hermans und Drok identifizieren als weitere Kritikpunkte Anwaltschaft und Verantwortlichkeit. „[...] there are objections to the normative idea that journalists should contribute to problem solving, mostly because it is associated with activism and violates the central professional value of objectivity. Secondly, there are objections to the high level of public-orientation and the emphasis on being accountable for the impact of the news.“⁵⁰ Meier rechtfertigt das in seinem Artikel zur Wirkung von Konstruktivem Journalismus – Konstruktiver Journalismus würde erst gar nicht versuchen objektiv zu sein.⁵¹ Es stellen sich natürlich die Fragen, was als ‚objektiv‘ betrachtet wird, ob diese Art von Objektivität zwingend notwendig ist und ob Konstruktiver Journalismus Objektivität überhaupt zulässt. „Both types of journalism [Solutions Journalism und Konstruktiver Journalismus – Anm. d. Verf.] claim to follow the traditional journalistic practices and norms in the most rigorous manner, but with a new dimension in reporting, which shifts the focus from covering social problems to also exposing actionable solutions to these problems. In so doing, solutions journalism and constructive journalism argue that they retain journalistic ideals of objectivity and accuracy by creating a more comprehensive and representative picture of the world; a world in which journalism shoulders the responsibility of bringing effective solutions to public discourse.“⁵² Können *klassische* journalistische Standards – im Sinne eines Watchdog-Journalismus – überhaupt

48 Haagerup, *Constructive News*, S. 26.

49 Wöchentlicher Newsletter zu verschiedenen Themen im Sinne des Konstruktiven Journalismus: <https://www.theguardian.com/world/series/the-upside-weekly-report>.

50 Hermans und Drok, *Context Constructive Journalism*, S. 10. Vgl. dazu auch Aitamurto und Varma, *Constructive Role of Journalism*, S. 702.

51 Vgl. Meier, *Wirkung Konstruktiver Journalismus*, S. 6.

52 Aitamurto und Varma, *Constructive Role of Journalism*, S. 708.

beibehalten werden, wenn man konstruktive Geschichten erzählt? Das normative Problem der Objektivität ist auch in Bezug auf einen möglichen Visuellen Konstruktiven Journalismus, wie er in dieser Arbeit konzipiert wird, äußerst relevant. Wie das folgende Kapitel zeigen wird, existiert Objektivität in der Fotografie unter ganz anderen Gegebenheiten, die die Diskussion bereichern können.

Ein weiterer Kritikpunkt am Konstruktiven Journalismus ist laut Aitamurto und Varma die unpräzise Abgrenzung von Konstruktivem Journalismus und Solutions Journalism zu anderen bestehenden Strömungen. „Both solutions and constructive journalism want to distinguish themselves from other forms of alternative journalism, namely public journalism, citizen journalism, and civic journalism. These are defined in the metajournalistic discourse as ‘movements’, whereas solutions and constructive journalism are defined as ‘tools for professional journalists’.“⁵³ Diese Abgrenzung dürfte vorwiegend dazu dienen, die Relevanz der Konzepte zu unterstreichen und zu legitimieren. Hermans und Drok erwähnen außerdem, dass die Orientierung am Publikum und der Einfluss, den Journalist_innen mit ihren Beiträgen nehmen, als problematisch betrachtet werden.⁵⁴ Wenn Publikum und Journalist_innen aber nicht mehr als unzusammenhängende Bereiche wahrgenommen werden, könnte das neue Formen von Kollaboration ermöglichen, Distanzen überwinden und einen integrierenden Charakter haben – worauf Konstruktiver Journalismus schließlich abzielt.

2.3 Definition Konstruktiver Journalismus

Eine junge Strömung wie Konstruktiver Journalismus ist vor allem zu Beginn mit dem Problem konfrontiert, dass es keine eindeutige und mehrheitlich anerkannte Definition des Begriffs gibt. Im konkreten Fall scheint der Ausdruck außerdem sehr verschiedenartig verwendet zu werden, was auch die teilweise schwierige Abgrenzung von anderen journalistischen Strömungen zeigt. „While the constructive journalism of the 21st century has become a popular movement in many parts of the world that within a few years has resulted in many publications and conferences and has given names to courses at journalism schools, fellowship programs, and research projects, critics have now also begun to voice concern over a lack of conceptual clarity.“⁵⁵ Diese fehlende konzeptuelle Klarheit ist ein Problem, das nicht alleine auf Konstruktiven Journalismus zutrifft. Bro zeigt anhand des *Public Journalism*, dass auch in anderen Strömungen des Journalismus mangelnde Klarheit zu

⁵³ Aitamurto und Varma, *Constructive Role of Journalism*, S. 705.

⁵⁴ Vgl. Hermans und Drok, *Context Constructive Journalism*, S. 10.

⁵⁵ Bro, *Constructive Journalism*, S. 3.

Schwierigkeiten führt: „The reluctance to come up with concrete definitions meant that there was ample room for many different conceptualizations of what public journalism was, and while some supporters simply started coming up with other names, some of the critics of the movement started associating public journalism with whatever they considered wrong with journalism.“⁵⁶ Public Journalism wird oft mit Konstruktivem Journalismus verglichen und teilweise auch als eine Art Vorläufer betrachtet. Ähnlich wie der *Public Journalism* scheint auch der Konstruktive Journalismus manchen als möglicher Ausweg aus der Krise des Journalismus – eine Krise, die nicht nur mit sinkenden Auflagenzahlen, fehlenden Finanzierungsmodellen und dem Aufkommen von Social Media als mächtigem Informationsplayer zu erklären ist. Haagerup schlägt mit seinem mitunter dramatischen Plädoyer für Constructive News in die gleiche Kerbe und sieht den klassischen Journalismus als Auslaufmodell einer sterbenden Branche.⁵⁷

Auf der Website des *Constructive Journalism Project* wird Konstruktiver Journalismus wie folgt definiert: „We define constructive journalism as rigorous, compelling reporting that includes positive and solution-focused elements in order to empower audiences and present a fuller picture of truth, while upholding journalism’s core functions and ethics.“⁵⁸ Eine noch mehr auf die psychologischen Aspekte fokussierte Definition findet sich bei McIntyre und Gyldensted – aufbauend auf einer Arbeit von McIntyre⁵⁹ zu den Effekten von positiven Emotionen und Lösungsansätzen in Nachrichtenbeiträgen: „In an effort to incorporate the key elements of constructive journalism as it is being practiced in the field, we coin the concept, by slightly tweaking McIntyre’s definition, as an emerging form of journalism that involves applying positive psychology techniques to news processes and production in an effort to create productive and engaging coverage, while holding true to journalism’s core functions.“⁶⁰ Im Konstruktiven Journalismus „a positive psychology strategy must be applied to a news story.“⁶¹ Haagerup wiederum setzt sein Hauptaugenmerk allgemein auf die Veränderungen im Journalismus.⁶² Die Auswahl und Präsentation von Nachrichten spielt demnach eine entscheidende Rolle. Aus diesem Grund plädiert er auch für ein Umdenken in Redaktionen und Ressorts: Statt ‚schlechter‘ Nachrichten sollte es mehr konstruktive Beiträge geben. „In einem Buch mit dem Titel *We interrupt this Newscast* von 2007 zeigen Rosenstiel und sein Forscherteam, dass 30 Prozent der Verbrechens-

56 Bro, *Constructive Journalism*, S. 8.

57 Vgl. Haagerup, *Constructive News*, S. 129-136.

58 o.V., *Constructive Journalism Project*, online. Vgl. dazu Aitamurto und Varma, *Constructive Role of Journalism*, S. 704.

59 Vgl. dazu die Dissertationen von McIntyre, *Constructive Journalism*. Und Gyldensted, *Innovating News*.

60 McIntyre und Gyldensted, *Applying Positive Psychology*, S. 23.

61 Ebda. S. 23.

62 Vgl. Bro, *Constructive Journalism*, S. 12.

Unfall- und Katastrophen-Meldungen eine Minute oder länger dauerten, wohingegen 73 Prozent der politischen Berichte kürzer als eine Minute waren – mehr als ein Drittel sogar kürzer als 30 Sekunden.“⁶³ Bro kritisiert in seiner Analyse der verschiedenen Definitionen und Konzepten zu Konstruktivem Journalismus eine gewisse Unschärfe bezüglich der Definitionen. Im Falle des Public Journalism hat diese definitorische Unschärfe dazu geführt, dass das Konzept ebenso schnell an Aufmerksamkeit verlor, wie es vorher an Bedeutung gewonnen hatte.⁶⁴

Das in dieser Arbeit verwendete Modell des Konstruktiven Journalismus richtet sich gewissermaßen an den Definitionen von McIntyre/Gyldensted und Haagerup aus. Um ein Konzept dafür zu entwickeln, wie Fotojournalist_innen Elemente des Konstruktiven Journalismus in ihre Arbeit einfließen lassen können, eignet sich McIntyre und Gyldensteds Definition. Im Bereich der redaktionellen Arbeit und Auswahl sind Einflüsse aus Haagerups Idee der Veränderungen des redaktionellen Umgangs mit Nachrichten in den Medien relevant. Am geeignetsten scheint an dieser Stelle aber tatsächlich die Definition des Konstruktiven Journalismus Projects, bietet sie doch eine ausgewogenere Darstellung der journalistischen Anforderungen an eine im Sinne des Konstruktiven Journalismus produzierte Geschichte und damit auch eine gute Ausgangsbasis für die Entwicklung des Konzepts eines Visuellen Konstruktiven Journalismus.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Konstruktiver Journalismus ein durchaus lohnendes journalistisches Konzept zu sein scheint. Der bewusste Perspektivenwechsel, gepaart mit qualitativvoller journalistischer Berichterstattung, könnte den Rezipient_innen einen neuen Umgang mit Medien ermöglichen und gleichzeitig helfen, die Relevanz journalistischer Arbeit sowie das Vertrauen in diese Berufsgruppe zu steigern. Hermans und Drok gehen ebenfalls davon aus, dass der Konstruktive Journalismus Perspektiven auf die veränderten ökonomischen Bedingungen von Medien und gesellschaftlichen Umwälzungen bietet, die tatsächlich zu einer Änderung des Berufsbild von Journalist_innen führen könnten. Ob das auch für Fotojournalist_innen gilt, soll im folgenden Kapitel geklärt werden.

63 Haagerup, Constructive News, S. 55f.

64 Vgl. Bro, Constructive Journalism, S. 13.

3. Eine neue Art zu sehen?

„Photographs are not there to show us the world, but to show us a version of what may be happening. The ideal scenario is one in which the reader is motivated enough to become actively engaged in establishing the meaning of the imagery.“⁶⁵

Was können Fotografie und Fotojournalismus im Sinne eines Konstruktiven Journalismus leisten? Unter welchen Bedingungen werden Bilder produziert, wie wirken Bilder, warum umgibt journalistische Bilder immer noch eine Aura der Authentizität, und ist diese Aura noch zeitgemäß? Diese Fragen werden im folgenden Kapitel behandelt und in Zusammenhang mit den vorangegangenen Überlegungen gebracht. Darüber hinaus wird mit dem Begriff ‚Visueller Konstruktiver Journalismus‘ eine inhaltliche und definitorische Analogie zur Strömung des Konstruktiven Journalismus etabliert. Dies soll eine konzeptuelle Ausarbeitung eines Visuellen Konstruktiven Journalismus auf zwei Ebenen (Produktion und Redaktion) ermöglichen. Mit den Ergebnissen aus diesem Kapitel werden diese zwei Ebenen im vierten und fünften Kapitel aufgegriffen und anhand von Bild- und Umsetzungs-beispielen sowie Erkenntnissen aus den Expert_inneninterviews analysiert.

3.1 Fotojournalismus im visuellen Zeitalter

Das journalistische Bild ist aus den Nachrichten nicht mehr wegzudenken. Egal ob in Printprodukten, im Fernsehen oder in der weiten Welt der Onlinemedien: Alles ist bebildert. Es gibt inzwischen Onlinemedien die komplett auf Bilder beziehungsweise bebilderte Artikel ausgerichtet sind.⁶⁶ Müller und Geise bringen es in *Grundlagen der visuellen Kommunikation* auf den Punkt: „Bilder sind zu einem eigenständigen Nachrichtenfaktor geworden. Längst haben sie ihre rein illustrative Rolle abgestreift. Der Text wird nicht mehr bebildert, oft werden die Bilder betextet.“⁶⁷ Offen bleibt, ob die illustrative Rolle in den Bildredaktionen nicht immer noch Vorrang genießt – eine kurze Überblicks-Recherche aktueller österreichischer Medien scheint das zu bestätigen.

65 Lybarger, Jeremy: Can Photojournalism Survive in the Instagram Era? Im Internet: <https://www.motherjones.com/media/2013/07/bending-the-frame-fred-ritch-photojournalism-instagram> (aufgerufen am 04.01.2019).

66 Das schweizer Nachrichtenportal *Watson* ist ein Beispiel für den totalen Fokus auf visuelle Inhalte: <https://www.watson.ch>.

67 Müller, Marion und Geise, Stephanie: *Grundlagen der visuellen Kommunikation*. 2. völlig überarbeitete Auflage, Konstanz 2015. S. 149.

Davon abgesehen verändert sich neben der Rolle auch die ‚Beschaffungsindustrie‘ journalistischer Bilder. Was früher vorrangig von professionellen Fotojournalist_innen oder Fotograf_innen abgewickelt wurde⁶⁸, wird in der Ära des Bilderreichtums manchmal auch ‚nur‘ von zufälligen Augenzeug_innen auf dem Smartphone festgehalten. Denn jedes Nachrichten-Event verlangt ein Bild, aber nicht zwangsläufig von einem Profi. Ritchin sieht darin einen kompletten Paradigmenwechsel der Medienbranche. „Today, if a photograph does emerge from the media haze with something essential to say about contemporary events, there is a growing probability that it was authored and distributed by one of the legions of amateurs with digital devices.“⁶⁹ Ritchin hat schon sehr früh erkannt, dass die Zukunft des Bildes im digitalen Zeitalter nicht nur neue Formen der medialen Verbreitung mit sich bringen würde, sondern auch eine komplett neue Art der Fotografie.⁷⁰ In den 50er Jahren des vorigen Jahrhunderts galt: bring das Foto vom Ereignis!⁷¹ Heute genügt das nicht mehr. Medien fordern von Fotojournalist_innen bedeutsamen ‚Inhalt‘.⁷² Diese These wird durch die Erkenntnisse aus den Expert_inneninterviews (siehe Kapitel 6) unterstützt. ‚Inhalt‘ bezieht sich auf journalistische Bilder (Fotos, Videos, Grafiken). Die folgenden Abschnitte beschäftigen sich mit den vielfältigen Funktionen von journalistischen Bildern (Kapitel 3.1.1), den ethischen Aspekten im Fotojournalismus (Kapitel 3.1.2) und der umstrittenen Ästhetisierung von Nachrichtenbildern (Kapitel 3.1.3).

68 Mit der Professionalisierung des Fotojournalismus hat sich auch eine komplexe Industrie aus Produktion, Redaktion und Distribution von Bildern entwickelt.

69 Ritchin, Fred: *Bending the Frame: Photojournalism, Documentary, and the Citizen*. New York 2013. S. 14.

70 Ritchin skizziert diese Überlegungen in den Büchern *In our Own Image*, *After Photography* und *Bending the Frame*.

71 Vgl. Newton, Julianne: *The Burden of Visual Truth: The Role of Photojournalism in Mediating Reality*. Mahwah 2001. S.49.

72 Vgl. ebda. S.49f.

3.1.1 Ein Fenster zur Welt



Bild 1: Carl Gustav Carus - Balkonzimmer mit Ausblick auf den Golf von Neapel (um 1829)

„News images [...] are treated as windows onto our world. The decisive metonym is the big lie of photojournalism – that a window, however faithfully rendered, of some small portion of reality explains all of that reality.“⁷³ Ein Fenster zur Welt, eingebettet in den Kreislauf aus Produktion, Redaktion und Rezeption. Laut Müller und Geise können Bilder unterschiedlichen Produktionskontexten zugeordnet werden, wie zum Beispiel einem journalistischen⁷⁴. Im Rahmen dieses Produktionskontextes gilt es zu klären was ein journalistisches Bild ist. Lobinger erklärt, mit dem journalistischen Bild sei „die eigenständige Vermittlung von Botschaften durch Pressefotos

⁷³ Image ethics in the digital age. Hg. v. Larry Gross [u.a.], Minneapolis 2003. S. 17.

⁷⁴ Die weiteren möglichen Kontexte wären: künstlerisch, kommerziell, wissenschaftlich, politisch, privat und religiös. Vgl. Müller und Geise, Visuelle Kommunikation, S. 24.

gemeint. Das Bild ergänzt den Text und kann dem Text entsprechende, widersprechende oder auch neue Botschaften hinzufügen.“⁷⁵ Ähnlich sehen das auch Good und Lowe: „They [die Fotos – Anm. d. Verf.] can seem simultaneously to obscure and mislead on the one hand, and on the other to inform, explain, claim and interpret.“⁷⁶

Good und Lowe nehmen es bereits vorweg – Medienbilder erfüllen ihrerseits verschiedene Funktionen oder Rollen. Lobinger stützt sich in ihren Ausführungen zur Funktion von Bildern auf einen Vorschlag von Thomas Knieper (1998)⁷⁷. Diese Einteilung soll auch der vorliegenden Arbeit als Ordnungsrahmen dienen und umfasst die folgenden möglichen Bildfunktionen⁷⁸:

- darstellende Funktionen
- wissensgenerierende Funktionen
- erklärende Funktionen
- dekorative Funktionen
- organisierende Funktionen
- authentisierende Funktionen
- dokumentarische Funktionen
- emotive Funktionen
- kommentierende Funktionen
- unterhaltende Funktionen
- aktivierende Funktionen
- ökonomische Funktionen

Die Vielzahl von möglichen Funktionen lässt schon erahnen, dass es nicht bloß eine Deutungsmöglichkeit und eine Rolle von Medienbildern gibt. Trotzdem ist man sich in der Literatur weitgehend darüber einig, dass der authentisierenden Funktion eine besondere Bedeutung zukommt; Fotos machen ein beobachtetes Ereignis durch ihre Augenzeugenschaft wahr.⁷⁹ Lobinger

⁷⁵ Lobinger, Katharina: Visuelle Kommunikationsforschung: Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2012. S. 108.

⁷⁶ Good, Jennifer und Lowe, Paul: Understanding Photojournalism. London 2017. S. 9.

⁷⁷ Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S.102. Vgl. dazu auch Rossig, Julian: Fotojournalismus, 2. überarb. Aufl, Konstanz 2007. S. 15.

⁷⁸ Für die Definition des Visuellen Konstruktiven Journalismus haben sich in der vorliegende Arbeit vor allem die Bildfunktionen ‚erklärend, emotiv, kommentierend und aktivierend‘ als relevant erwiesen.

⁷⁹ Vgl. Müller und Geise, Visuelle Kommunikation, S. 126. Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 103-112. Vgl. Büllsbach, Alfred: Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im

weist außerdem darauf hin, dass die Konstruktion von Authentizität dazu eingesetzt werden kann, um „den Objektivitätscharakter – oder sogar den Wahrheitsanspruch – des Journalismus zu untermauern.“⁸⁰ Noch allgemeiner ist dies mit Verweis auf Lasica bei ihr in Bezug auf das Vertrauen der Leser_innen/Seher_innen beschrieben: „People believe in news photography. They have more inherent trust in what they see than in what they read.“⁸¹ Prinzipiell besitzt auch Text die Fähigkeit zu authentifizieren, bei Bildern scheint dies aber wesentlich ausgeprägter zu sein – so werden heutzutage beispielsweise Selfies als Beweis herangezogen, dass man sich an einem bestimmten Ort oder in einer bestimmten Situation befindet.⁸²

Obwohl Lobinger unbeantwortet lässt was qualitätsvolle journalistische Fotos sind⁸³, scheint es diesbezüglich zumindest in der öffentlichen Debatte stets um Begriffe wie ‚wahr‘ und ‚objektiv‘ zu gehen. Dieser Anspruch spiegelt sich auch in den Richtlinien für Fotograf_innen von Agenturen und Medien wieder (siehe Kapitel 3.1.2). In ihrer Auseinandersetzung mit dem Thema versuchen Good und Lowe eine andere Ebene der Bildfunktion im Bereich des Journalismus zu etablieren. „Rather than debating simplistic concepts of ‘truth’, then, it might be productive to adopt the more nuanced ideal of ‘mediated communication’.“⁸⁴ Der Fokus auf die vermittelnde und kommunikative Funktion könnte dadurch unter anderem die Möglichkeit, dass Bilder im Sinne des Konstruktiven Journalismus betrachtet werden können, eröffnen. „Constructive journalism emphasises that journalists play an active role in the construction of mediated reality“⁸⁵, halten Hermans und Gyldensted fest – und Gleiches müsste man an dieser Stelle für Fotojournalist_innen attestieren.

Ritchin beobachtet, ähnlich wie Good und Lowe, gerade im Bereich der Dokumentarfotografie und des Fotojournalismus einen Paradigmenwechsel: Das Prinzip der ‚Authentizität der Bilder‘ scheint überholt. „[...M]any documentary and journalistic photographers departed from the mythic status of the photographic document as ‘fact’ to explore reality as a much more contested and nuanced phenomenon – an implicit critique of traditional documentary function.“⁸⁶ Ein hervorragendes Beispiel liefern die Bilder des *Magnum*-Fotografen Gilles Peress, die während seines fünfwöchigen Aufenthalts im Iran während der Islamischen Revolution Ende der 70er-Jahre

Fotojournalismus. In: Global, lokal, digital - Fotojournalismus heute. 2008, 108-136. S. 110. Vgl. Newton, Visual Truth, S. 50.

80 Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 112.

81 Ebda. S.110.

82 Vgl. Donnachie, Karen: Selfies, #ich: Augenblicke der Authentizität. 2015. S. 72.

83 Lobinger verweist darauf, dass das auch im Falle der Bedingungen für einen Qualitätsjournalismus nicht so einfach zu klären ist; außerdem können nicht alle Qualitätskriterien für Text und Bild gleichermaßen angewendet werden. Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 112f.

84 Good und Lowe, Photojournalism, S. 12.

85 Hermans und Gyldensted, Elements of Constructive Journalism, S. 2.

86 Ritchin, Bending the Frame, S. 17.

entstanden sind: Fotos, die höchst subjektiv sind und trotzdem journalistisch und dokumentarisch einen Einblick in eine schwer zu fassende Situation geben. „[...]no one knew what was happening in Iran at that moment, including the State Department and journalists; in this case, photographs were not being utilized to confirm a certain version of reality – instead, Peress’s intuitive grasp of the situation, his vision, would have to be relied upon.“⁸⁷



Bild 2: Iran, Tabriz 1980. Demonstration für den Oppositionsführer Ayatollah Kazem Shariatmadari. © Gilles Peress, Magnum Photos

Das Foto von Gilles Peress zeigt mehrere iranische Männer und Jugendliche, die über das Bild verteilt Raum einnehmen – teilweise auf der Straße im Vordergrund, teilweise auf einer Mauer beziehungsweise einem Hausdach im Hintergrund. Die Personen im Bild scheinen zu warten und die Situation zu beobachten – ähnlich wie der Fotograf die Szene beobachtet. Im Vordergrund sind, nur im Anschnitt, zwei junge Männer zu sehen. Einer von ihnen hält ein Plakat – vermutlich ein Protestplakat –, worauf das Gesicht eines alten Mannes abgebildet ist. Das Foto vermittelt den Eindruck von Spontaneität und Flüchtigkeit, von Ernst und Anspannung. Obwohl das Bild sehr detailreich ist, scheint es für ein typisch journalistisches Bild auf den ersten Blick zu unpräzise. Bei

⁸⁷ Ritchin, *Bending the Frame*, S. 33.

längerer Betrachtung bekommt man jedoch einen sehr klaren Eindruck der Anspannung, Nervosität und Ungewissheit, die die politischen Umwälzungen dieser Zeit mit sich brachten. Das Foto zeigt sehr gut, dass Fotografie viele verschiedenen Ebenen enthalten kann, die – angereichert um den Kontext der Situation – nicht nur ein vielschichtiges Bild der Ereignisse zeichnen, sondern immer auch emotionale Gefäße für die Rezipient_innen darstellen.

Lobinger weist in Bezug auf die emotionale Ebene von Bildern auf ein interessantes Charakteristikum von journalistischen Bildern hin, das Sabine Holicki schon 1993 in ihrem Buch *Pressefoto und Presstext im Wirkungsvergleich* formulierte: „Vor allem dramaturgische Momente wie ein spannungsreicher Bildaufbau, ein spektakulärer Augenblick, die Konzentration auf ein rührendes, erschütterndes, belustigendes oder ästhetisch bildwirksames Detail entsprechen nicht der im Wortjournalismus verankerten Vorstellung von Sachlichkeit und Ausgewogenheit, weil sie Einzelheiten überbetonen und an Gefühle zu appellieren suchen. Ein in solcher Weise ‚objektives Pressefoto‘ wäre langweilig.“⁸⁸ Wenn man in der Geschichte der journalistischen Bildikonen zurückblickt, lässt sich schnell feststellen, dass alle diese Bilder eine hohe Emotionalität aufweisen und weniger die von Holicki erwähnte ‚langweilige Objektivität‘. Außerdem funktionieren durch die emotionalisierende Funktion von Fotos Bild-Text-Kombinationen bei Nachrichten so gut – die beiden Ebenen ergänzen sich durch unterschiedliche Qualitäten. Lobinger führt zu den Emotionen in Bildern noch weiter aus: „Vor allem lassen sich menschliche Emotionen durch Fotos direkter und authentischer vermitteln, als dies durch Sprache möglich ist. Dem Rezipienten werden Angebote gemacht, mit dargestellten Menschen mitzufühlen und parasoziale Interaktionen zu entwickeln.“⁸⁹ Dieser Aspekt wird im Teilkapitel zur Ästhetik von Bildern (Kapitel 3.1.3) noch ausführlicher behandelt.

Der letzte Aspekt, der hier zum journalistischen Bild angeführt werden soll, ist die Bedeutungsebene von Fotos. Bilder gelten gemeinhin als ‚semantisch offen‘. Sie besitzen oft keine inhärente Bedeutung⁹⁰ und werden meist durch externe Faktoren kontextualisiert. Dies können zum Beispiel der begleitende Text, die Bildunterschrift und das Medium selbst, die Leser_innen, oder der gesellschaftliche Kontext sein.⁹¹ Um die Bedeutungsebene zu entschlüsseln, müssen Bilder entsprechend gelesen werden. Der ‚visual literacy‘, also der Fähigkeit des Lesens und Entschlüsselns von Bildern, kommt große Bedeutung zu, denn oft werden die verschiedenen

⁸⁸ Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 113.

⁸⁹ Ebda. S. 109.

⁹⁰ W. Mitchell spricht in seinem Standardwerk *Bildtheorie* hingegen von einer Eigenlogik der Bilder.

⁹¹ Vgl. Was ist ein Bild? Hg. v. Boehm, Gottfried, 4. Auflage, München 2006.; Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung; Müller und Geise, Visuelle Kommunikation.

Ebenen nicht erkannt oder ‚falsch‘ gelesen. „Gerade der Schritt über das Motiverkennen hinaus wäre aber besonders wichtig, denn die intendierte Bedeutung eines Bildes, also die vom Sender forcierte Lesart bleibt nicht gänzlich dem Zufall überlassen. Häufig werden durch den Kontext Hinweise darauf gegeben, wie das Bild vom Publikum verstanden werden soll.“⁹² Wenn man an ‚visual literacy‘ denkt, dann geht es oft um die Position der Rezipient_innen, aber ‚visual literacy‘ – so wie sie in dieser Arbeit verstanden wird – betrifft auch die Bildproduzent_innen, also Fotograf_innen und Bildredakteur_innen. Laut Lobinger hat darauf bereits Walter Benjamin hingewiesen; er spricht von einer notwendigen „Alphabetisierung der Bildrezipienten und -rezipientinnen als auch der Bildproduzenten und -produzentinnen.“⁹³ Müller und Geise sehen in diesem Zusammenhang eine Gefahr im assoziativen Charakter von Bildern. „Formale und stilistische Ähnlichkeiten von Bildern können nahezu automatisch zu inhaltlichen Analogieschlüssen führen.“⁹⁴ Die meisten Menschen haben das schon einmal erlebt: Ein Bild, wie das aus Abbildung 4, wird veröffentlicht und plötzlich fühlt man sich bewusst oder unterbewusst an bekannte Motive, ähnliche Geschichten etc. erinnert. Von da ist es nur ein kleiner Schritt weiter zu den Bildikonen, die im kollektiven Bildgedächtnis existieren. Die Bekanntheit von Bildikonen wird oftmals durch eine regelmäßige Reproduktion in den Medien verstärkt, wie zum Beispiel die *Pietà* – die Darstellung der Jungfrau Maria mit dem Leichnam des vom Kreuz abgenommenen Jesus als Symbol für Leid und Schmerz.



Bild 3: Darstellung der Pietà aus der Bildhauerei – die Pietà Michelangelos. © Stanislav Traykov

92 Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 99.

93 Ebda. S. 95.

94 Müller und Geise, Visuelle Kommunikation, S. 121.



Bild 4: Darstellung der Pietà im Fotojournalismus – der Tote Student Benno Ohnesorg in den Armen der Studentin Friederike Dollinger. © Jürgen Henschel

Das erste Bild zeigt eine Darstellung von Michelangelos *Pietà* im Petersdom in Rom, die Skulptur ist aus dem Jahr 1499, das Foto des Fotografen Stanislav Traykov aus dem Jahr 2005. Das zweite Bild ist eine der bekanntesten Medienikonen der 60er Jahre des vorigen Jahrhunderts. Mit der Erschießung des Studenten Benno Ohnesorg erlangten die Studentenproteste deutschlandweit Beachtung und radikalisierten sich zunehmend. Haltung, Konstellation und Ausdruck der jungen Frau auf der Aufnahme zeigen Analogien zur klassischen Darstellung der *Pietà*.⁹⁵ Gerade Motive aus dem Katholizismus begegnen einem in diesem Zusammenhang immer wieder – so auch der ikonische Vergleich des toten Ché Guevara mit Jesus beim berühmten Bild seiner Aufbahrung in einer Leichenhalle.⁹⁶ Von den Bildikonen abgesehen, kann man aus der Aussage von Müller und Geise auch noch herauslesen, dass das größte Potenzial der assoziativen Logik von Bildern darin liegt, uns zu bestimmten Wahrnehmungen, Ideen, Vorstellungen und weiteren Bildern zu verführen – unabsichtlich oder ganz bewusst. Good und Lowe wissen, dass die Menschen diesbezüglich verletzlich sind: „[...M]ost of us, existing in a ‘hypervisual’ society, are totally vulnerable to the ideological manipulation – specifically, to the ideology that images ‘speak for themselves’ – if we

95 Vgl. Müller und Geise, Visuelle Kommunikation, S. 114-117.

96 Das ‚Vorbild‘ stammt vom italienischen Maler Andrea Mategna.

do not learn to be critical of what we see.“⁹⁷ Dieses Potenzial kommt nicht nur in der Werbung zum Tragen, sondern auch im Nachrichtenalltag.

Bilder können also verschiedene Funktionen erfüllen: sie dienen zur Authentifizierung von Ereignissen; sie sind semantisch offen, werden mit Bedeutung aufgeladen und folgen ihrer eigenen Logik; sie müssen ‚richtig‘ gelesen werden und wirken viel verständlicher als Text. Ein kritischer Umgang mit Bildern fordert auch eine Auseinandersetzung darüber was in den Medien alles gezeigt wird.

3.1.2 Darf man das zeigen? Bilder und Ethik

„Visual journalists operate as trustees of the public. Our primary role is to report visually on the significant events and varied viewpoints in our common world. Our primary goal is the faithful and comprehensive depiction of the subject at hand. As visual journalists, we have the responsibility to document society and to preserve its history through images.“⁹⁸

Eine wesentliche Diskursebene ist jene der Bildethik.⁹⁹ Egal ob Statuten von Medienunternehmen oder Ethikkodizes von Agenturen wie Reuters¹⁰⁰, die journalistische Bildproduktion unterliegt seit jeher ethischen Vorstellungen und Regeln – von Seiten der Produzent_innen und auch von Seiten der Rezipient_innen – sowie teilweise einer Kontrolle durch Organe wie dem *Presserat* in Österreich. „In order to demonstrate their abiding commitment to honesty, photojournalists, news editors, and news publishers have begun to institute professional codes, standards governing the use of digital imaging technology.“¹⁰¹ erinnert man sich an die vorangegangenen Ausführungen zu Authentizitäts- und Dokumentationsfunktion, muten manche Standards fast anachronistisch an – so ist im *Handbook of Journalism* der Nachrichtenagentur Reuters zu lesen: „Our news photography must depict reality. Any attempt to alter that reality constitutes fabrication and can lead to disciplinary action, including dismissal. The best news photography occurs when the presence of the camera is not noticeable. The presence of the media can often influence how subjects behave.“¹⁰² An erster Stelle steht jedoch meist eine technische

97 Good und Lowe, Photojournalism, S. 14.

98 o.V.: Code of Ethics. Im Internet: <https://nppa.org/code-ethics> (aufgerufen am 27.01.2019).

99 Vgl. Wheeler, Tom: Phototruth or Photofiction? Ethics and Media Imagery in the Digital Age. Mahwah 2002. S. 75f.

100 Vgl. o.V.: A Brief Guide to Standards, Photoshop and Captions - Handbook of Journalism. Im Internet: http://handbook.reuters.com/index.php?title=A_Brief_Guide_to_Standards%2C_Photoshop_and_Captions. (aufgerufen am 04.11.2018). Und o.V., Code of Ethics, online.

101 Gross et al, Image Ethics, S. 33.

102 o.V., „Reuters Ethik“. online

Auseinandersetzung mit der Entstehung von Bildern; die inhaltliche Betrachtung hinsichtlich ethischer Normen erfolgt erst in einem nächsten Schritt. Büllesbach erläutert in seinem Text *Digitale Bildmanipulation und Ethik* die Ursprünge der Ethikregeln, die in der technischen Manipulation von Bildern liegen. „Solche Standards orientieren sich meistens an traditionellen Dunkelkammertechniken. Übliche Techniken (wie z.B. ‚Abwedeln‘ oder ‚Nachbelichten‘) zur Steuerung von Helligkeit, Kontrast, Farbe sowie Bildbeschnitt oder Beseitigung von Staub und Kratzern sind demnach erlaubt. Diese Techniken werden oft als eine ‚Grammatik‘ der Fotografie bezeichnet; sie dienen dazu, Fotos ‚lesbar‘ bzw. reproduktionsfähig zu machen.“¹⁰³ Zuerst soll also die unmanipulierte Wiedergabe des belichteten Werkes sichergestellt werden.¹⁰⁴

Als Ende des vorigen Jahrhunderts schließlich die Digitalfotografie aufkam, hat sich die Auseinandersetzung mit ethischen Fragen in der Produktion und Distribution von journalistischen Bildern noch einmal verschärft.¹⁰⁵ Längst haben Nachrichten von Bildern verschiedener Gewinner der *World Press Photo Awards* die Runde gemacht, denen ihre Preise wieder aberkannt wurden, weil sie die Bilder in der Nachbearbeitung (der digitalen Version der Dunkelkammer) stark veränderten. Es ist schlicht sehr einfach und kostengünstig geworden, Bilder zu bearbeiten. Büllesbach sieht deswegen eine große Unsicherheit in der Branche und vermutet, dass viele Journalist_innen und Redakteur_innen glauben, dass „ein Missbrauch der digitalen Technik [...] die Glaubwürdigkeit von Pressefotos unterminieren und damit dem Fotojournalismus seine Existenzberechtigung nehmen“¹⁰⁶ könne. Abhilfe sollte eigentlich eine entsprechende Kennzeichnung von Fotos schaffen. Meist geschieht dies über die Bildunterschrift oder den Bildnachweis. Die Umsetzung gelingt nicht immer gleich gut. Das liegt zum einen an einer uneinheitlichen Kennzeichnung, zum anderen an mangelhafter Umsetzung. Büllesbach identifiziert in Bezug auf Aspekte der Bildethik viele hindernde Faktoren: Nachvollziehbarkeit, Kennzeichnung, ethische Standards beim Fotografieren und in der Redaktion sowie schließlich Zeit, Wissen und Aufmerksamkeit der Leser_innen.¹⁰⁷

Good und Lowe fragen sich ob Ethik mit einem Satz von Regeln gleichzusetzen ist: „[...S]ome defining code by which the limits of a photographer’s intervention in the appearance of their pictures might be settled objectively and for all time. But, as with many ethical questions, the closer

103 Büllesbach, *Digitale Bildmanipulation*, S. 7.

104 Obwohl es viele Beispiele gibt, die zeigen, dass quasi bereits mit der Erfindung der Fotografie auch die Manipulation in der Dunkelkammer begann.

105 Vgl. Wheeler, *Phototruth*, S.36.

106 Büllesbach, *Digitale Bildmanipulation*, S. 5.

107 Vgl. ebda., S. 5.

we look at the specifics of what this might mean, the more unlikely the possibility becomes.“¹⁰⁸

Damit kritisieren sie indirekt die Herangehensweisen der *National Press Photographic Association* NPAA und der Nachrichtenagentur *Reuters*. Deren Kodizes implizieren dass es genügt, wenn Fotograf_innen unbeteiligte, objektive Beobachter_innen sind und die Bilder nicht manipuliert werden.¹⁰⁹ Dazu müsste man jedoch klären wo die Bildgestaltung endet und die Manipulation beginnt. „Is fudging a photo electronically really the same as moving the camera’s position – even if both methods result in photos that look the same“¹¹⁰, fragen Kobre und Brill. Was ist, wenn die Technologie¹¹¹ und die digitalen Möglichkeiten der Manipulation gar nicht das Problem sind? „While technology can impact ethical choices, ethics is not about technology.“¹¹² Und sollte es vielleicht viel eher um die Frage der Repräsentation gehen, um Macht und Unterdrückung? Neeta Satam bezieht sich auf Susan Sontag, wenn sie schreibt, dass „the camera is a kind of passport that annihilates moral boundaries and social inhibitions, freeing the photographer from any responsibility toward the people photographed [...] Discussions about ethics in photojournalism often tend to focus on issues such as the physical alteration of an image or staging a scene and much less on the deeper, perhaps more problematic, issues of representation.“¹¹³

Diese Fragen sind alle höchst relevant. Fotograf_innen und Bildredakteur_innen müssen sich damit auseinandersetzen, unabhängig davon, aus welcher Perspektive das Thema Ethik betrachtet wird. Haagerup sowie Gyldensted und McIntyre fordern in ihren Überlegungen zu Konstruktivem Journalismus eine ethisch korrekte¹¹⁴ Herangehensweise von Journalist_innen. Kobre und Brill verweisen aber darauf, dass diese ethisch korrekte Herangehensweise einen prinzipiellen Diskurs über Ethik benötigt: „Instead of using old darkroom practices as ethical guide, the profession ultimately must return to the foundations of ethical decision-making.“¹¹⁵ Sie erwähnen in diesem Zusammenhang unter anderem das utilitaristische Prinzip, das absolutistische Prinzip oder die Goldene Regel. Der Utilitarismus¹¹⁶, der von Kobre und Brill in Bezug auf ethische Entscheidungen

108 Good und Lowe, Photojournalism, S. 104.

109 Vgl. o.V., Code of Ethics, online. Und o.V., Reuters Ethik, online.

110 Kobre, Kenneth und Brill, Betsy: Photojournalism: The Professionals’ Approach. 6. Auflage, Amsterdam 2008. S. 382.

111 Vgl. ebda. 385.

112 Ebda. S. 389.

113 Satam, Neeta: The ethics of seeing. Im Internet: <https://medium.com/re-picture/the-ethics-of-seeing-ac3f77e76bbb> (aufgerufen am 17.12.2018).

114 Korrekt bedeutet in diesem Zusammenhang im Sinne von Redaktionsleitlinien und Ethikkodizes.

115 Kobre und Brill, Photojournalism, S. 389.

116 Der Begriff Utilitarismus wurde von Bentham und Mill geprägt. Der Utilitarismus geht in seiner Grundformel davon aus, dass eine Handlung genau dann moralisch korrekt ist, wenn sie der Gemeinschaft den größtmöglichen Nutzen bringt. Nach Kobre und Brill bedeutet das auch, dass Fotojournalismus aus utilitaristischer Sicht notwendige Informationen für eine demokratische Gesellschaft zur Verfügung stellt.

bei Fotos angewandt wird, stellt die Frage, wer von diesen Entscheidungen profitiert. „‘Who benefits?’ is the Utilitarian principle that usually underlies journalistic decisions. Does this choice we are about to make achieve the Greatest Good for the greatest number of people? If a new tool helps the reader see the content of a picture more clearly or understand what occurred in the picture more completely, perhaps the software should be used. If, however, no one can make a clear case that the reader is, in fact, better informed by deploying the latest tool, then the picture should remain in as pure a state as possible.“¹¹⁷ In Bezug auf die Redaktion und Kontextualisierung von Bildern wird dieser Gedanke in Kapitel 5 noch einmal aufgegriffen.

Eine wichtige redaktionelle Komponente bei der Verwendung von journalistischen Bildern wurde im Zusammenhang mit den Überlegungen zur Bildethik noch nicht näher betrachtet: die Bildunterschrift. Branchenüblicher Usus ist es, jede Veränderung am Bild entsprechend zu kennzeichnen.¹¹⁸ Zuweilen gibt es zwar Unstimmigkeit darüber, wie und was genau gekennzeichnet werden soll, aber die Bildunterschrift ist neben der Bildbeschreibung das bis dato wichtigste Instrument, das Medien zur präziseren Kontextualisierung von Bildern zur Verfügung haben. Kobre und Brill bringen auf den Punkt, inwiefern das problematisch ist: „The caption – stepchild of the media business – is the most read but least carefully written text in most publications.“¹¹⁹ Eine andere Sichtweise präsentiert Büllsbach, wenn er darüber schreibt, was Bildunterschriften und Bildkennzeichnungen im Vergleich zu den Bildern zu leisten imstande sind: „So sehr man sich einig ist, dass manipulierte Fotos gekennzeichnet werden müssen, um über die Authentizität eines Fotos klar Auskunft zu geben, so sehr muss man sich darüber im Klaren sein, dass diese Information nur den interessierten Leser erreicht, nicht aber den flüchtigen Bilderkonsumenten.“¹²⁰ Das liegt zum einen daran, dass in der Regel Bildunterschriften und Kennzeichnungen im Größenverhältnis zu den Bildern relativ schlecht abschneiden; zum anderen liegt es daran, dass es keine branchenweit einheitliche Schreibweise der Kennzeichnung gibt.¹²¹ Auf redaktioneller Seite könnte man im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus neue Ebenen der Kontextualisierung einführen (siehe Kapitel 5.2); Fotojournalist_innen müssten dazu bereits bei der Herstellung die relevanten Informationen erfassen und mitliefern; Rezipient_innen sind hingegen gefordert Bilder und ihre Texte aufmerksam und kritisch zu betrachten. Schließlich ist das journalistische Bild viel stärker mit Text verbunden als andere Bilder. „[...M]ost photos do need words.“¹²²

117 Kobre und Brill, Photojournalism, S. 389.

118 Vgl. o.V., Code of Ethics, online. Und o.V., Reuters Ethik, online.

119 Kobre und Brill, Photojournalism, S. 150.

120 Büllsbach, Digitale Bildmanipulation, S. 17.

121 Vgl. ebda. S. 18.

122 Kobre und Brill, Photojournalism, S. 147.

Bildethik ist ein komplexer Faktor in der Bildherstellung und -distribution. Die Fragen nach Authentizität, Manipulation, Technologie, Repräsentation und Präsentation müssen sich Fotojournalist_innen genauso wie Bildredakteur_innen ständig aufs Neue stellen. Gleichzeitig ist es an der Zeit, die vermeintlich unumstößliche Notwendigkeit der Dokumentationsfunktion von Bildern im Fotojournalismus zu hinterfragen. Oder wie Fred Ritchin in *Bending the Frame* feststellt: „Given photography’s loosening dependence on its status as a recording device, its vocabulary is in need of expansion – the photographer must increasingly emphasize the role of interpretation rather than that of transcription.“¹²³ Der folgende Abschnitt zeigt was es bedeuten könnte, wenn andere Funktionen journalistischer Bilder in den Vordergrund treten und er zeigt die Relevanz ethischer Überlegungen in der Bildproduktion.

3.1.3 Ein Exkurs zur Ästhetik von journalistischen Bildern



Bild 5: José Víctor Salazar Balza fängt Feuer. Der Vorfall ereignete sich während gewalttätigen Zusammenstößen zwischen Polizei und Demonstrant_innen bei Protesten gegen den venezuelanischen Präsidenten Nicolás Maduro in Caracas. Gewinner World Press Photo Award 2018. © Ronaldo Schemidt, AFP

¹²³ Ritchin, *Bending the Frame*, S. 49.

Der *World Press Photo Award* ist der vermutlich bekannteste Preis für journalistische Bilder. Jedes Jahr werden in mehreren Kategorien Preise für die besten Pressefotos vergeben. Das Leitbild der *World Press Photo Foundation* legt einen klaren Fokus auf visuell ansprechenden Fotojournalismus: „Because we believe in the power of showing and the importance of seeing high-quality visual stories, we create and support the conditions that make possible the stories that matter. We showcase stories that make people stop, feel, think and act. We encourage diverse accounts of the world that present stories with different perspectives. We exhibit those stories to a worldwide audience, educate the profession and the public on their making, and encourage debate on their meaning. We are a global platform connecting professionals and audiences through trustworthy visual journalism and storytelling. Our core values: Accuracy, Diversity, Transparency“¹²⁴. Das vorgestellte Foto des aktuellen Gewinners des *World Press Photo Awards* zeigt eine dramatische Szene: einen brennenden jungen Mann mit Gasmaske, der durch das Bild läuft.¹²⁵ Die Gesamtkomposition des Bildes lebt vor allem von der Intensität der Situation, die Hitze der Flammen des brennenden Protestanten sind förmlich zu spüren. Es wirkt so, als würde der Protagonist des Bildes direkt an dem oder der Betrachter_in vorbeilaufen. Die Szene hat etwas von einem Hollywoodfilm und erinnert an einen Feuer-Stunt aus einem Actionfilm. Büllesbach sieht die immer größere Verbreitung dieser Art von journalistischen Fotos durchaus kritisch: „Da wäre zum einen der Trend einer Ästhetisierung. Beim ‚World Press Award‘ zum Beispiel [...] landen auf den ausgezeichneten Plätzen immer häufiger Bilder, deren journalistischen Aussage gleich null, deren ästhetisch-dekorative Wirkung dafür aber hoch ist.“¹²⁶ Aber bedeutet das im Umkehrschluss, dass nur Bilder ohne ästhetischen Wert journalistische Bilder sein können? „[...] as if aesthetic failure is the mark of their authenticity“¹²⁷, erklären Good und Lowe und meinen damit, dass die Abwesenheit von Ästhetik nicht unbedingt die Authentizität von journalistischen Bildern erhöht. Müller und Geise sehen auch eher Potenzial in der Ästhetisierung von journalistischen Bildern, da sie imstande sind „Ausschnitte der Realität zu einem enträumlichten und entzeitlichten Gesamteindruck zu verdichten. Narrative Momentaufnahmen wirken dabei besonders authentisch.“¹²⁸

Die visuell ansprechende Darstellung von Ereignissen ist natürlich auch eine bewusste Entscheidung der Fotograf_innen. Als Antwort auf die oft austauschbar wirkende Verwendung von

124 o.V.: World Press Photo. Im Internet: <https://www.worldpressphoto.org> (aufgerufen am 12.01.2019).

125 Die Proteste gegen den amtierenden venezuelanischen Präsidenten Nicolás Maduro führen immer wieder zu gewalttätigen Zusammenstößen zwischen Demonstrant_innen und der Polizei.

126 Büllesbach, *Digitale Bildmanipulation*, S. 12.

127 Good und Lowe, *Photojournalism*, S. 124.

128 Müller und Geise, *Visuelle Kommunikation*, S. 126.

journalistischen Bildmotiven in den Medien entwickelte sich eine Art *New Photojournalism*.¹²⁹ Diese Entwicklung weist Ähnlichkeiten zum ‚Autor_innenkino‘ der 1970er- und 1980er-Jahre in Hollywood auf; man könnte sie auch ‚Autor_innenjournalismus‘ oder ‚Autor_innenfotografie‘ nennen. Obwohl sich etwa die Fotografin Ursula Röck als klassische Reportage-Fotografin sieht, arbeitet auch sie regelmäßig mit der Ästhetisierung ihrer Aufnahmen. „Ich gehe schon öfter über diese Grenzen hinweg und mache Autorenjournalismus, Autorenfotografie.“¹³⁰ In Abbildung 6 wird die sterile Umgebung einer Hühnerfabrik zum atmosphärischen Porträt zweier Küken. Die Unschärfe lässt die unwirtliche Umgebung des Hintergrunds beinahe komplett verschwinden und zeigt einen intimen Moment der wartenden Tiere. Wären nicht Spuren zu sehen, die vom erwartbaren Grauen des Schlachthofs zeugen, dann hätte die Situation etwas Freundliches und Beruhigendes.



Bild 6: 2 Küken auf dem Förderband der Brüterei Eiermacher. Datum Reportage 9.000.000. © Ursula Röck

„Es war lange so, dass die traurigen Bilder dem Journalismus vorbehalten waren, da wurde über das Leid der Welt berichtet und die fröhlichen Bilder waren in der Werbung, da haben alle gelacht

¹²⁹ Vgl. Ritchin, *Bending the Frame*, S. 31.

¹³⁰ Interview des Verfassers mit Ursula Röck (siehe Anhang 2). Die in dieser Arbeit zitierten Aussagen aus den Interviews sind zur besseren Verständlichkeit in eine lesbare Form gebracht und deshalb nicht als wörtliche 1:1 Aussagen zu betrachten. Siehe Transkripte der Interviews im Anhang zum Vergleich.

und es war immer gut und es gab Joghurt zum Frühstück.“¹³¹ Wenn man Werbesujets und journalistische Bilder aus der letzten Zeit betrachtet, dann wirkt es als wären die Rollen vertauscht worden. Fotograf Tobias Kruse, der unter anderem für das *Zeit-Magazin* fotografiert, weiß um die veränderten Sehgewohnheiten und anderen Zugänge zur journalistischen Fotografie. Wo früher der dokumentarische, kühle, distanzierte, tiefenscharfe Blick mit dem 35mm-Objektiv vorherrschte, begreifen sich Fotograf_innen immer mehr als Individuen, die Teil des gesamten fotografischen Prozesses sind. Plötzlich darf ein journalistisches Bild ‚mehr‘ zeigen und andere Funktionen erfüllen. Ritchin bezeichnet die Veränderung als ‚New Photojournalism‘; sie beginnt damit, dass „the explicit introduction of the ‘I’ over the ‘eye’ was an ultimately productive leap.“¹³² Dass Fotojournalist_innen Teil des Nachrichtengeschehens sind, ist weit mehr als ein simpler Perspektivenwechsel: Es führt zu einem Visuellen Konstruktiven Journalismus. Die ‚bewusste Einmischung‘ der Fotojournalist_innen und ihr neues Rollenverständnis, haben unmittelbar Einfluss auf die Art der Bilder die für Medien hergestellt werden. Dadurch können neue, emotional ansprechende, vielleicht sogar intime (siehe Kapitel 4.1.1) Bilder entstehen; Bilder die die Betrachter_innen beschäftigen und beteiligen.

Die Ästhetisierung von Nachrichtenbildern hat auch negative Seiten. Sie kann als Teil der ‚Instagrammisierung‘ unseres Alltags verstanden werden, wie Christoph Amend im *Zeit-Magazin* erläutert: „Wenn der Fernsehsender MTV mit seinen schnell geschnittenen Videos die Ästhetik der achtziger Jahre geprägt hat, dann hat diese Rolle jetzt eine App übernommen. Instagram definiert die Ästhetik der zehner Jahre.“¹³³ Die Bilderwelten auf Instagram übertragen sich auf die Bildauswahl in die Redaktionen und damit auf unseren Bilderkonsum. Die Grenzen zwischen ästhetisch und symbolisch inszeniert verschwimmen. Damit erklärt sich für Büllsbach auch die häufigere Verwendung von Symbolbildern in den Nachrichten: „Die Gefahr ist offensichtlich, dass Symbolfotos oder Fotoillustrationen zur digitalen Bildbearbeitung geradezu einladen, da man mit ihnen nichts dokumentieren will. Das Problem ist nur: Diese Fotos erscheinen in der Presse. Woher weiß der Leser um den unterschiedlichen Authentizitätsgrad von Fotos?“¹³⁴ Trotzdem überwiegen die Vorteile der Ästhetisierung von Nachrichtenbildern. Der Konstruktive Journalismus fordert von Journalist_innen eine andere Erzählweise; die Leser_innen sollen aktiviert und positiv stimuliert werden. Auf visueller Ebene könnten das ästhetische und emotionale Fotos ermöglichen. Dahingehend sind Text- und Bildebene durchaus ähnlich, in anderen Bereichen wiederum nicht.

131 Interview des Verfassers mit Tobias Kruse (siehe Anhang 3).

132 Ritchin, *Bending the Frame*, S. 36.

133 Amend, Christoph: Die Quadratur der Welt. In: *Zeit Magazin*, 12.04.2018, S. 16.

134 Büllsbach, *Digitale Bildmanipulation*, S. 12-14.

3.2 Analogien und Unterschiede auf Text- und Bildebene

Um das Konzept eines Visuellen Konstruktiven Journalismus herauszuarbeiten, gilt es, die Textebene im Konstruktiven Journalismus, mit der Bildebene zu vergleichen und auf Analogien sowie Differenzen zu untersuchen. Ein Leitgedanke zu diesem Thema ist bereits bei Müller und Geise formuliert: „Die Textlogik ist argumentativ, die Bildlogik ist assoziativ.“¹³⁵ Was bedeutet das für den Versuch, Analogien zu identifizieren? Auf der Ebene der Medienproduktion lässt sich das relativ konkret beantworten, wenn man sich unter anderem an Hermans und Gyldensted orientiert, da die Konstruktion von vermittelter Realität im Konstruktiven Journalismus eine entscheidende Rolle spielt¹³⁶. Das gleiche gilt im Prinzip für Bilder; Fotografie ist ihrem Wesen gemäß primär konstruierte Wirklichkeit.¹³⁷

In Kapitel 2.2 wurde als eines der wesentlichen Merkmale des Konstruktiven Journalismus die Frage nach der Zukunft identifiziert.¹³⁸ Prinzipiell gilt für journalistische Bilder in Bezug auf ihre dokumentarische oder erklärende Funktion, dass sie – ähnlich wie journalistische Texte – die fünf W-Fragen (wer, was, wann, wo, wie) enthalten können. Das gilt laut Lobinger vor allem für informierende Bilder.¹³⁹ Alle weiteren Fragen sind für Lobinger über die Textebene zu leisten: „Die zwei weiteren ‚Ws‘, ‚Warum‘ und ‚Mit welchen Folgen‘, werden üblicherweise im Artikel behandelt und geben vertiefende Hinweise zu den Geschehnissen.“¹⁴⁰ Das würde bedeuten, dass dieses zentrale Element des Konstruktiven Journalismus über Bilder nicht umgesetzt werden kann. Der Fotograf Kurt Prinz geht allerdings davon aus, dass sich durchaus Fragen nach der Zukunft mit Fotos beantworten lassen.¹⁴¹ Auch Lybarger sieht die Aufgabe von journalistischen Bildern nicht darin uns die Welt zu zeigen, sondern „to show us a version of what may be happening. The ideal scenario is one in which the reader is motivated enough to become actively engaged in establishing the meaning of the imagery.“¹⁴² Neben dem, was in dem Bild zu sehen ist, gibt es auch auf Ebene der Bildredaktion Möglichkeiten, die Frage ‚was jetzt‘ zu beantworten. Zum Beispiel könnte man statt eines einzelnen Fotos Bildstreifen verwenden und so etwa Bilder des Problems und Bilder der Lösung in einer Geschichte zeigen. Im Printbereich ist das aus Platzgründen häufig schwierig; Im

135 Müller und Geise, Visuelle Kommunikation, S. 150.

136 Vgl. Hermans und Gyldensted, Elements of Constructive Journalism, S. 2.

137 Der Bildbegriff von Doelker eignet sich besonders für die kommunikations- und medienwissenschaftliche Betrachtung von Bildern und unterscheidet im Wesentlichen zwischen wahrgenommenen (inneren) Bildern, dem Abbild der Wirklichkeit und der technischen Wiedergabe und Vervielfältigung von Bildern.

138 Aberra, Communicators for Change, online.

139 Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 113.

140 Ebda. S. 114.

141 Vgl. Interview des Verfassers mit Kurt Prinz (siehe Anhang 4).

142 Lybarger, Instagram Era, online.

Online-Bereich lässt sich Derartiges leichter umsetzen.¹⁴³ Ein schönes Beispiel für die Möglichkeiten narrativen Storytellings im Online-Fotojournalismus ist das mehrfach ausgezeichnete Fotoprojekt *Bosnia: Uncertain Paths to Peace* von Fotograf Gilles Peress und den *New York Times*. Eine Besonderheit an diesem Projekt ist, dass die User_innen keinem vorgegebenem Pfad folgen. Die Relevanz von Narration bei Bildgeschichten wird in Kapitel 5.1 vertiefend ausgeführt.



Bild 7: Screenshots des Online-Projekts *Bosnia: Uncertain Paths to Peace* von Gilles Peress und den *New York Times*

Ein weiteres wichtiges Element des Konstruktiven Journalismus ist der Aspekt der positiven Psychologie bei der Art, wie Nachrichtenbeiträge von den Leser_innen, Seher_innen sowie Hörer_innen rezipiert werden. Die positive Wirkung von konstruktiven Nachrichten ist inzwischen in einigen kürzer angelegten Studien zum Teil nachgewiesen worden.¹⁴⁴ An den meisten Ergebnissen ist auffallend, dass die Nachrichten einen positiven Effekt auf die eigenen Emotionen

¹⁴³ Bei Onlinemedien sind die Hürden eher technischer Natur. Redaktionssysteme ermöglichen in manchen Fällen vielleicht gar keine Darstellung von Bildstrecken.

¹⁴⁴ Vor allem McIntyre, Gyldensted sowie Hermans haben sich ausführlich der Erforschung positiver Wirkung von Nachrichten mit lösungsorientiertem und konstruktivem Inhalt verschrieben. Vgl. dazu: McIntyre, Constructive Journalism. Und Curry, Alex; Stroud, Natalie und McGregor, Shannon: Solutions Journalism And News Engagement, 2016. S. 11; McIntyre und Gyldensted, Applying Positive Psychology. Und Hermans und Gyldensted, „Hermans, Gyldensted, Elements of Constructive Journalism.

haben können. Proband_innen der Studien fühlen sich häufig ‚inspiriert‘. Da Bilder ebenfalls eine stark emotionalisierende Wirkung haben können¹⁴⁵, kann hier eine Analogie hergestellt werden. Studien dazu stammen etwa von Wanta und Roark. „Wanta und Roark (1993) untersuchen affektive Wirkungspotentiale von Fotos. Sie gehen davon aus, dass Fotos die Leser und Leserinnen von Nachrichtentexten in eine bestimmte Stimmung versetzen können, die wiederum bestimmt, wie ein Text verstanden wird. Ein Bild, das negative Emotionen auslöst, führt demnach zu einer negativen Interpretation des Artikels als sich aus dem verbalen Text alleine ergeben würde.“¹⁴⁶ Die Ergebnisse legen nahe, dass im Fall von konstruktiven Nachrichtengeschichten die Stimmung der Rezipient_innen durch bewusst gewählte Bilder ebenfalls positiv oder negativ beeinflusst werden kann.¹⁴⁷ Deshalb sollten konstruktive Beiträge auch journalistische Bilder enthalten, die sich an den Kriterien eines Konstruktiven Journalismus orientieren. Grundsätzlich unterstützen die Ergebnisse einer Studie von McIntyre, Lough und Manzanares diese Annahme, allerdings kamen sie bei der Analyse zu dem verblüffenden Schluss, dass ‚neutrale‘ Bilder am besten funktionieren: „Readers felt more positive when the photo was neutral, reported more interest when the photo was neutral and had the strongest behavioral intentions when the photo was neutral.“¹⁴⁸

Obwohl sich nicht alle Qualitäten des Konstruktiven Journalismus von der Text- auf die Bildebene eins zu eins übertragen lassen, kann man festhalten, dass die emotionale Komponente von Bildern ein entscheidender Baustein für einen Visuellen Konstruktiven Journalismus ist. Was ein lösungsorientiertes und konstruktives Foto ausmachen könnte wird exemplarisch in Kapitel 4.1 zur Bildsprache ausgeführt, die Emotionalität von Bildern in Kapitel 4.1.3 erörtert. Der nächste Abschnitt etabliert drei Betrachtungsebenen, die für das Konzept eines Visuellen Konstruktiven Journalismus relevant sind.

3.3 Die drei Sphären journalistischer Bilder

Fotojournalismus spielt sich, vereinfacht gesagt, auf drei Ebenen ab. Auf der Ebene der Bildproduktion – Fotojournalist_innen produzieren Bilder von nachrichtenswürdigen Ereignissen; auf der Ebene der Bildredaktion – Bilder werden für eine Veröffentlichung über die verschiedenen

145 Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 86.

146 Ebda. S. 86.

147 Vgl. Lough, Kyser und McIntyre, Karen: Visualizing the Solution: An Analysis of the Images That Accompany Solutions-Oriented News Stories. In: Journalism, 25.04.2018. S. 17.

148 McIntyre, Karen und Lough, Kyser und Manzanares, Keyris: Solutions in the Shadows: The Effects of Photo and Text Congruency in Solutions Journalism News Stories. In: Journalism & Mass Communication Quarterly 95, 4/2018. S. 971-989. S. 14f.

Kanäle eines Mediums in Auftrag gegeben oder besorgt, ausgewählt, bearbeitet und veröffentlicht; und auf der Ebene der Bildrezeption – Leser_innen konsumieren die Medien auf unterschiedlichen Kanälen und setzen sich dabei auch mit den verwendeten Fotos auseinander oder werden von ihnen (Anm.: den Fotos) in ihrer Wahrnehmung beeinflusst. Die Ebenen der Bildproduktion und der Bildredaktion werden als Teil des zu entwickelnden Konzepts eines Visuellen Konstruktiven Journalismus in den beiden folgenden Kapiteln noch ausführlicher behandelt und an dieser Stelle in Grundzügen erklärt. Wie im ersten Kapitel angeführt, spielt die Ebene der Bildrezeption, beziehungsweise der Rezipient_innen, für die vorliegende Arbeit eine nachrangige Rolle. In den folgenden Abschnitten wird aber dennoch erläutert, welche Rolle dieser Ebene im Gesamtzusammenhang bei der Nachrichtenproduktion zukommt.

3.3.1 Bildproduktion

Am Anfang des Prozesses der Bildproduktion stehen immer die Fotograf_innen und Fotojournalist_innen mit ihrer Entscheidung, welche Bilder sie aufnehmen. Sie gestalten durch die Art wie sie etwas zeigen die porträtierte Realität. Je nachdem welche Geschichte erzählt werden soll, können das zwei komplett verschiedene Bilder des gleichen Ereignisses sein. Für Wheeler ist neben dem Framing die Unmittelbarkeit so besonders: „[...T]here is something about the immediacy of a photograph that allows us to suspend our doubts and accept it as unmediated reality.“¹⁴⁹ Obwohl man weiß, dass Fotograf_innen und Fotojournalist_innen ihren subjektiven Blick auf die Welt zeigen, erzeugen Fotos eine Verbindlichkeit. ‚Passiert‘ ist, was gezeigt wird. Als Akteur_innen nehmen Fotojournalist_innen verschiedene Rollen ein.¹⁵⁰ Sie konstruieren (im Auftrag der Medien) unser medial vermitteltes Bild dieser Welt. Good und Lowe zitieren den amerikanischen Wissenschaftler Alan Trachtenberg, wenn sie über die Rollen von Fotojournalist_innen sprechen: „The historian employs words, narrative and analysis. The photographer’s solution is in the viewfinder: where to place the edge of the picture, what to exclude, from what point of view to show the relations among the included details. Both seek a balance between ‘reproduction’ and ‘construction’: between passive surrender to the facts and active reshaping of them into a coherent picture or story.“¹⁵¹ Sie definieren folgende vier Rollen, die Fotograf_innen einnehmen können:

¹⁴⁹ Wheeler, Phototruth, S. 81.

¹⁵⁰ Ähnlich der Funktionen von journalistischen Bildern – siehe Kapitel 3.1.1.

¹⁵¹ Good und Lowe, Photojournalism, S. 11.

- Beobachter_in
- Geschichtenerzähler_in
- Anwalt/Anwältin
- Interpret_in

Während aus der Idee der dokumentarischen, authentisierenden und erklärenden Funktion heraus das Beobachten lange Zeit als praktizierter Usus unter Fotograf_innen galt, haben sich mit dem Aufstieg des Magazinjournalismus die Geschichtenerzähler_innen in den Mittelpunkt gedrängt. Mit einer Geschichte ist in diesem Zusammenhang jedoch nicht die narrative Entwicklung gemeint, sondern die Relevanz eines Ereignisses, die die Fotograf_innen dazu bringt, ihre Kamera auf dieses Ereignis zu richten, um schließlich mit Bildern davon zu erzählen. Aus der Perspektive des Konstruktiven Journalismus sind vor allem die letzten beiden Rollen relevant. Fotograf_innen, die als Anwalt oder Anwältin agieren, glauben daran, dass sie mit ihren Bildern etwas verändern können¹⁵²; Fragen zu Repräsentation und Macht sind Teil dieser Rolle. Die Interpret_innen lassen die Grenzen zu Kunst und Journalismus verschwimmen. Bilder von Interpret_innen eröffnen neue Räume und lösen sich von einer rein deskriptiven Ebene; die subjektive Erfahrung und der persönliche Zugang zu den Bildern prägen die fotojournalistische Arbeit.¹⁵³ Die Interviews mit den Fotograf_innen zeigen, dass diese Rolle in der Reportagefotografie besonders oft eingenommen wird.

Den Konstruktionsprozess von Bildern verortet Lobinger nicht nur im Moment der Aufnahme, sondern auch in den zu Beginn von Kapitel 3.3 erwähnten zwei weiteren Ebenen des Fotojournalismus – Bildredaktion und Rezeption.¹⁵⁴ Der Fotograf Tobias Kruse dazu im Interview: „Die Tatsache, wann, wie, wo und was ich fotografiere und wie ich es am Ende kontextualisiere, ist extrem wichtig – weswegen ich irgendwann zu der Erkenntnis gelangt bin, dass ich genau das eben auch forcieren muss, auch nicht verschleiern sollte, sondern dem Publikum klarmachen muss, dass da ein Erzähler ist. Ein Erzähler, der eine relativ starke Stimme hat.“¹⁵⁵ Zur selben Erkenntnis kommt auch die Fotografin Ursula Röck: „Ich bin Teil der Geschichte, immer. Und somit ist es dann oft sehr schwer trennbar, wo nehme ich Einfluss in die Geschichte und wo nicht, wenn ich mich da mitten reinstelle. Und durch meine Sympathie oder Antipathie, je nachdem, was Menschen mir zurückgeben, oder was ich gebe, komme ich dann in Situationen. Ich löse sie nicht aus. Ich bin

152 Bilder von Hilfsorganisationen und NGOs die zum Spenden aufrufen sollen fallen zum Beispiel darunter.

153 Good und Lowe, Photojournalism, S. 7f.

154 Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 111.

155 Kruse, Interview (siehe Anhang 3).

schon immer Beobachterin, aber ich bin trotzdem drinnen. Dabei. Und bewege mich da mit und bin Teil von dem. Das ist nicht immer so trennbar.“¹⁵⁶ Wie bereits im Abschnitt zur Ästhetisierung von journalistischen Bildern (siehe Kapitel 3.1.3) erwähnt, ist diese Art von Autor_innenschaft ein wesentliches Merkmal der heutigen Fotografie und entspricht der vorgestellten vierten Rolle der Fotojournalist_innen, den Interpret_innen.

In Zeiten von Smartphones, günstigen Digitalkameras und Social Media erscheint die Arbeit von Fotograf_innen häufig als Anachronismus. Redaktionen kündigen Fotojournalist_innen und fordern stattdessen Journalist_innen dazu auf, Bilder mit dem Smartphone zu liefern.¹⁵⁷ Oft sieht man in der täglichen Nachrichtenberichterstattung Leser_innenfotos und Amateuraufnahmen – Fred Ritchin bringt es auf den Punkt: „[...N]early anyone can point a camera at people or events of importance.“¹⁵⁸ Natürlich stimmt das. Jede und jeder kann heute unkompliziert Bilder machen. Aber diese Bilder werden in der Regel nicht sorgfältig komponiert, folgen nicht zwangsläufig ethischen Standards und sind nicht mit Aufnahmen von Fotojournalist_innen zu vergleichen. Das macht diese Bilder nicht schlechter oder unbrauchbar, aber im Konstruktiven Journalismus spielen Gestaltungsprinzipien eine wichtige Rolle. Im vierten Kapitel werden die Bildsprache (wie Bilder entstehen und was Bilder zeigen), sowie fotografische Zugänge (Perspektivenwechsel) hinsichtlich eines Visuellen Konstruktiven Journalismus erläutert und anhand gängiger Literatur, der geführten Expert_inneninterviews sowie relevanter Bildbeispiele untersucht.

3.3.2 Bildredaktion

Ein Foto alleine macht noch keine Nachrichten. Jedes journalistisch verwendete Bild existiert auch in einem redaktionellen Kontext und wird über ein Medium veröffentlicht. Zur Aufgabe der Bildredakteur_innen gehört das Sammeln, Organisieren und die Auswahl von Bildern entsprechend der Bildsprache des jeweiligen Mediums. Lobinger verweist darauf, dass Bilder in der medialen Verbreitung immer relevanter werden.¹⁵⁹ Ein Blick auf die Entwicklung der Gestaltung von Tageszeitungen genügt, um das zu bestätigen. Gleichzeitig zeichnet sich der Trend zur immer stärkeren Illustration ab – sichtbar wird das vor allem durch die immer häufiger werdende Verwendung von Stockfotos.¹⁶⁰ Wenn man sich die Onlineseiten von bekannte Medien ansieht, dann fällt schnell auf, dass immer mehr Fotos in redaktionellen Beiträgen nicht von

¹⁵⁶ Röck, Interview (siehe Anhang 2).

¹⁵⁷ Vgl. Lybarger, Instagram, online.

¹⁵⁸ Ritchin, *Bending the Frame*, S. 37.

¹⁵⁹ Vgl. Lobinger, *Visuelle Kommunikationsforschung*, S. 106.

¹⁶⁰ In Kapitel 3.1.3 zur Ästhetisierung von journalistischen Bildern wurde bereits darauf hingewiesen.

Nachrichtenagenturen oder Fotograf_innen stammen. Mit dem Siegeszug der Stockfotografie und der massenhaften Verfügbarkeit von illustrierenden Bildern verändert sich auch die Medienlandschaft nachhaltig. Paul nennt das in seinem Text *Das visuelle Zeitalter* auch den „[...] Aufstieg der bilderlosen Bilder“¹⁶¹ und meint damit, dass diese Bilder weder durch Kontext noch durch Orts-, Zeit- oder Kulturbezug auffallen. Sie sind Ausdruck der Rationalisierung und der generellen Sparpolitik der Redaktionen. Die Bilder bleiben meist eine vage Illustration, ein schlichtes Beiwerk des Themas im Artikel. Die Funktion dieser Bilder ist rein illustrierend.

Das war nicht immer so vermutet Lybarger in *Can Photojournalism Survive in the Instagram Era?*. Mit dem Aufkommen der Printmagazine in den 1920er-Jahren „publications like *Vu* and *Regards* emerged in which the formal elements were designed to amplify the messages of the photographs, often in idiosyncratic and even astonishing ways. One had to read the visual elements of the two-page spread and not just rely on the captions to establish the meaning of the photographs. Then, more pre-formatted magazines such as *Time* and *Newsweek* appeared that emphasized the photograph for its content without significantly playing with the design of the page.“¹⁶² Die 1920er- und 1930er-Jahre gelten gemeinhin als das Goldene Zeitalter des Magazinjournalismus. Die Ära des *Life*-Magazins nahm da ihren Anfang. Lybarger macht aber auf einen relevanten Punkt aufmerksam – wie uns Bilder und fotojournalistische Geschichten präsentiert werden, ist von immenser Bedeutung in der Rezeption. Sie sieht zurecht in den technischen Grenzen von Redaktionssystemen einen Grund für die Veränderungen in den Abläufen der Bildredaktion. Die ökonomische Krise des Journalismus – die, wie im vorigen Absatz erwähnt, auch zu Änderungen bei den verwendeten Bildern führt – ist ein weiterer. Außerdem kommt dazu, dass Fotojournalist_innen heute oft gar nicht mehr selbst auswählen, welche Bilder veröffentlicht werden. Laut Lobinger übernehmen Redaktionen diesen Teil inzwischen beinahe zur Gänze.¹⁶³ Dies wird in den Expert_inneninterviews zum Teil bestätigt. Die Fotograf_innen verweisen auf verschiedene Herangehensweisen. Während die einen der Redaktion alle Fotos inkl. Favoriten schicken, sortieren die anderen im Vorhinein sehr stark aus und schicken nur noch ein paar Bilder.

„Headlines und Bilder sind meist die Einstiegspunkte der Rezipienten und Rezipientinnen in einen journalistischen Artikel“¹⁶⁴, erklärt Lobinger im Zusammenhang mit der Wirkung von Nachrichtenbildern. Die Bilder werden dabei sehr schnell rezipiert und verarbeitet, wesentlich

161 Vgl. Paul, Gerhard: *Das visuelle Zeitalter: Punkt und Pixel*. In: *Visual history : Bilder und Bildpraxen in der Geschichte*. Band 1, Göttingen 2016. S. 701f.

162 Lybarger, *Instagram Era*, online.

163 Vgl. Lobinger, *Visuelle Kommunikationsforschung*, S. 106.

164 Ebda. S. 108.

schneller als Text. Wie bereits ausgeführt, sind sie dabei aber nicht Schmuck oder Beiwerk, sie bieten einen wesentlichen Orientierungspunkt für die Rezeption des Textes und oft auch einen emotionalen Anker.¹⁶⁵ Der Kontext entsteht über verschiedene Faktoren: zum Ersten über die Einbettung im Medium selbst – das betrifft alles rund um Bild und Text, von Werbeanzeigen, Illustrationen und andere Texten bis hin zur Größe der Darstellung. „Artikel mit größeren Bildern signalisieren eine größere Wichtigkeit der Inhalte als Artikel mit kleineren oder keinen Bildern.“¹⁶⁶ Zum Zweiten wird über die Bildunterschrift kontextualisiert¹⁶⁷, die, so Kobre und Brill, auf Produktionsseite meist stiefmütterlich behandelt wird, obwohl sie häufig der meist rezipierte Textteil einer Publikation ist.¹⁶⁸ Die ethischen und journalistischen Vorgaben sind hinsichtlich der Bildunterschriften eigentlich sehr klar formuliert.¹⁶⁹ Zum Dritten wird Kontext durch die Rezipient_innen selbst konstruiert – durch deren Einstellungen, Motive und Sozialisierung. Der nächste Abschnitt gibt einen Einblick in die Rezipient_innenebene.

Mit der Entstehung der Onlinemedien und multimedialen Anwendungen eröffneten sich auch für die Bildredakteur_innen neue Möglichkeiten und Erzählformen. Obwohl theoretisch eine große Freiheit herrschen würde, zwingen Contentmanagement- und Redaktionssysteme sowie gestalterische Konventionen im Layout¹⁷⁰ zur steten Wiederholung von visuellen Narrativen. „[...] the placement and scale of the imagery is often predetermined, disallowing a hierarchy of importance or a specific visual design to emphasize underlying meanings of the imagery.“¹⁷¹ Im fünften Kapitel werden die hier angeschnittenen Themen Narration, Kontext sowie multimediales Storytelling noch einmal aufgegriffen, anhand bestehender Literatur, der Expert_inneninterviews sowie relevanter Bildbeispiele untersucht und auf mögliche Qualitätskriterien eines Visuellen Konstruktiven Journalismus überprüft.

165 Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 113. Und Müller und Geise, Visuelle Kommunikation, S. 135.

166 Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 98.

167 Vgl. ebda. S. 113.

168 Vgl. Kobre und Brill, Photojournalism, S. 150.

169 Im Reuters *Handbook of Journalism* wird der Bildunterschrift ein eigener Absatz gewidmet, der die journalistische und die Kontext-stiftende Funktion von Bildunterschriften hervorhebt. Es sei die gleiche journalistische Sorgfalt wie beim Nachrichtentext anzuwenden – inklusive bildethischer Überlegungen.

170 Onlinemedien haben sich vielfach aus den Printausgaben von Zeitungen und Magazinen entwickelt. Sie spiegeln in Gestaltung und Layout die selben Prinzipien wider.

171 Ritchin, Bending the Frame, S. 30.

3.3.3 Bildrezeption

Die dritte Sphäre ist die Bildrezeption. Als sinnlich visuell orientierte Wesen erscheint es uns vollkommen normal, Bilder zu betrachten. „Entwicklungspsychologische Untersuchungen legen nahe, dass grundlegende Leistungen der Bildrezeption und -entschlüsselung überwiegend auf Kompetenzen der natürlichen Umweltwahrnehmung basieren.“¹⁷² Grundsätzlich sehen Müller und Geise zwei zentrale Facetten: Bildrezeption als Prozess visueller Wahrnehmung und Bildrezeption als Bildverwendung und Bildhandeln. Während der Prozess visueller Wahrnehmung hauptsächlich aus psychologischer Perspektive betrachtet wird¹⁷³, spielen bei der Betrachtung der Bildverwendung Philosophie, Soziologie sowie Cultural Studies eine wesentliche Rolle. Beides steht in direktem Zusammenhang mit den Begriffen der Medienkompetenz oder ‚media literacy‘ beziehungsweise der ‚visual literacy‘, wenn es um Bilder geht. Lobinger definiert Medienkompetenz als Fähigkeit, Bilder auf verschiedenen Ebenen dekodieren zu können. „Diese Kompetenz betrifft das Wissen über den kommunikativen Status sowie über die Inszenierbarkeit des Gezeigten. Das Erkennen von Inszeniertheit alleine ist dabei nicht ausreichend. Vielmehr ist auch die Auseinandersetzung mit den kommunikativen Absichten, die hinter dem Bild und dessen Inszenierungsstrategien stecken, erforderlich.“¹⁷⁴ Diese Fähigkeiten können und müssen in der Mediengesellschaft geschult werden. Das erscheint umso wichtiger, je mehr Bilder produziert, distribuiert und rezipiert werden. Auf Fragen zur Umsetzbarkeit liefert zum Beispiel die Methode des ‚Bilddialogs‘ (siehe Kapitel 4.3) Antwort:¹⁷⁵ „One needs to stop looking at the photograph and instead start watching it. The verb to watch is usually used for regarding phenomena or moving pictures. It entails dimensions of time and movement that need to be reinscribed in the interpretation of the still photographic image.“¹⁷⁶ Roland Barthes verweist auf die Zeit als ein wesentliches Merkmal in der Rezeption von Bildern. Es kann davon ausgegangen werden, dass, wie beim Textverständnis, auch das Lesen und Verstehen von Bildern nicht ‚im Vorbeigehen‘ passiert. Trotzdem kann man im Alltag beobachten, dass Smartphone-User_innen meist rasch durch die Newsfeeds der Social Media Kanäle scrollen. Die intensivere Auseinandersetzung, zum Beispiel über einen Bilddialog, ermöglicht eine ganz andere Wahrnehmung von Bildern. Nicht nur das. Die Fotografie selbst ist bei Good und Lowe dazu

172 Müller und Geise, Visuelle Kommunikation, S. 92.

173 Da sich auch beim Konstruktiven Journalismus ein Großteil der Forschung mit der positiven Psychologie von konstruktiven Nachrichten auseinandersetzt, ist dies eine wichtige Überschneidung.

174 Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 99.

175 Dabei werden die Bilder der Beteiligten sichtbar, sie werden gegenseitig gelesen – Fotograf_innen werden zu Betrachter_innen und umgekehrt. Die Beteiligten sind aufgefordert sich die Bilder der Anderen über mehrere Minuten intensiv anzuschauen.

176 Barthes, Roland: Die helle Kammer: Bemerkung zur Photographie. 2. durchges. Auflage, Frankfurt am Main 1986. S. 33-37.

geeignet einen intimen Moment zu erzeugen, in dem „people can sort out their own feelings from within, without the headlines of magazines, without the captions, without the univocalness of news images that have one meaning only. In those moments they can digest more complex images, and they can get to different kinds of ideas than they could through ‘prechewed’ process of the media. [...] They cannot put a label on the image right away: ‘This is this. This is That.’ At some point they surrender to the image, and in the surrendering the images are unlocked to all kinds of ideas that exist between the moment of perception and the moment where you can put a label on perceptions and things.“¹⁷⁷

Die Ebene der Bildrezeption ist zweifellos spannend und für einen Visuellen Konstruktiven Journalismus relevant. Der Fokus dieser Arbeit liegt hinsichtlich des zu entwickelnden Konzepts aber vorwiegend im Bereich der Bildproduktion und -redaktion. Beide Bereiche sind eng mit der Rezeptionsebene verbunden und werden so auch nie komplett isoliert betrachtet. Für eine kompetente Ergänzung wäre wahrscheinlich eine methodische Untersuchung der Bildrezeption hinsichtlich eines Visuellen Konstruktiven Journalismus lohnend. Diese könnte in Anlehnung an die Studien zur positiven Psychologie konzipiert werden.¹⁷⁸ In den folgenden Kapiteln wird daher häufig Bezug auf Rezipient_innen und die Bildrezeption allgemein genommen.

3.4 Visueller Konstruktiver Journalismus

Nach der ausführlichen Betrachtung des Fotojournalismus, der Art, wie Bilder gemacht werden, ethischer Überlegungen zur Bildproduktion, der Ästhetik von journalistischen Bildern, der Ausführungen zu Analogien zwischen Text- und Bildebene sowie der Erläuterung der verschiedenen Sphären journalistischer Bildherstellung, soll in diesem Abschnitt als Genese aus den Erkenntnissen die Idee des Visuellen Konstruktiven Journalismus konkretisiert werden.

„[...]T]he imaginative potential of photography is central to its ability to connect with audiences in ways that go beyond the purely informational, and that skilled photojournalists mobilize this consciously and deliberately in their practice.“¹⁷⁹ Fotojournalismus bietet nicht nur ein Abbild unserer Welt und der Ereignisse, die als relevant betrachtet werden. Er emotionalisiert und weckt Engagement. Fotojournalist_innen sollen mit ihren Fotos berühren und gleichzeitig objektiv sowie

¹⁷⁷ Good und Lowe, Photojournalism, S. 157.

¹⁷⁸ Vgl. Meier, Wirkung Konstruktiver Journalismus. Und McIntyre und Gyldensted, Applying Positive Psychology.

¹⁷⁹ Good und Lowe, Photojournalism, S. 11.

ethisch korrekt von relevanten Nachrichtenereignissen berichten. Wenn die Aufgabe von Fotojournalist_innen beides (Emotion und journalistische Berichterstattung) umfasst, dann entspricht das im Kern eigentlich bereits der Idee des Konstruktiven Journalismus. Wie im zweiten Kapitel angeführt, definiert das *Constructive Journalism Project* diese Idee – allgemein auf Journalismus bezogen – wie folgt: „We define constructive journalism as rigorous, compelling reporting that includes positive and solution-focused elements in order to empower audiences and present a fuller picture of truth, while upholding journalism’s core functions and ethics.“¹⁸⁰ Die positiven und lösungsorientierten Elemente können auf einer assoziativen Ebene in ein Foto, aber auch in eine komplette Foto-Reportage oder einen Fotoessay eingebettet sein. Perspektive, Protagonist_innen, Bildsprache – alle Teile der Komposition von Bildern sind für einen Visuellen Konstruktiven Journalismus relevant. Man könnte auch sagen, im Konstruktiven Journalismus geht es um Bilder, die eine konstruktive Vision transportieren. Konkrete Beispiele dazu folgen im nächsten Kapitel. Wie die Expert_inneninterviews gezeigt haben, verstehen sich die Fotojournalist_innen selbst als aktive Akteur_innen. Diese Aussage wird von Ritchin unterstützt. Dies kann als konstruktives Element gesehen werden: „A proactive photography that helps avoid an apocalypse, or minimize one, is obviously preferable to one that is most energized in the depiction of disasters.“¹⁸¹

Die Erkenntnisse der vorliegenden Arbeit lassen vermuten, dass auf redaktioneller Ebene Visueller Konstruktiver Journalismus durch Auswahl, Präsentation und Narration im Produktionsablauf umgesetzt werden kann. Beispiele dazu wären Bildstrecken, die eine umfassende Kontextualisierung zulassen oder multimediales Storytelling für eine ganzheitliche Erzählweise¹⁸². Außerdem könnten hinsichtlich der journalistischen Bilder neue Formen von visuellen Narrativen und genaue Überlegungen zu Darstellung, Größe, Position von Bildern sowie dem Verhältnis von Bild und Text notwendig sein. Beispiele dazu folgen im fünften Kapitel.

Weil wir von immer mehr Bildern umgeben sind, fällt es immer schwerer, die Orientierung im Bilderstrom zu behalten und sich Zeit zu nehmen, Bilder zu lesen. Gleichzeitig werden die Aufgaben von Fotojournalist_innen und Bildredakteur_innen sowie die Herausforderungen, die an sie gestellt werden, vielfältiger. In diesem Kapitel hat sich gezeigt, dass journalistische Bilder viele

180 o.V., Constructive Journalism Project, online.

181 Ritchin, *Bending the Frame*, S. 123.

182 Ganzheitlich bedeutet in diesem Zusammenhang mehrere Sinne ansprechend.

Rollen übernehmen können – zu Recht fordert Ritchin die Ergänzung um eine konstruktive Rolle.¹⁸³ Im Visuellen Konstruktiven Journalismus scheint es darum zu gehen, neue Ebenen der Kontextualisierung zu etablieren. Die Bilder selbst dürfen in ihrer Wirkmacht nicht unter-, aber auch nicht überschätzt werden. „[...T]he thought that a photograph, or video, can focus a society on specific issues is nonetheless a seductive one.“¹⁸⁴ Die assoziative Logik der Bilder, ihre semantische Offenheit und ihre Interaktivität machen sie aber zu einem hervorragenden Vehikel für konstruktive Inhalte. Die Tatsache, dass sich das in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung bislang nicht niedergeschlagen hat, überrascht umso mehr. Die folgenden zwei Kapitel eröffnen diesbezüglich neue Räume und zeigen unter anderem, wie ein Visueller Konstruktiver Journalismus aussehen könnte.

183 Vgl. Ritchin, Fred: Where Do We Go from Here? Im Internet: <https://witness.worldpressphoto.org/where-do-we-go-from-here-8cf1131e23db> (aufgerufen am 09.11.2018).

184 Ritchin, Bending the Frame, S. 144.

4. Making a difference – Bildproduktion

„My belief is that my responsibilities within journalism are two. My first responsibility is to my subjects. My second responsibility is to my readers.“¹⁸⁵

In diesem Kapitel wird die Ebene der Bildproduktion hinsichtlich möglicher Lösungswege und Ansätze für einen Visuellen Konstruktiven Journalismus untersucht. Die verwendete Bildsprache – der Einsatz von fotografischen Gestaltungsmöglichkeiten und die fotografierten Inhalte – sind zentral für diese Überlegungen. Über ausgewählte Bildbeispiele¹⁸⁶ werden die Ergebnisse kontextualisiert und exemplarisch dargestellt. Betrachtungen zur Bildproduktion können von den anderen beiden Ebenen (der Bildredaktion und -rezeption) nicht komplett getrennt behandelt werden; zu eng sind die drei Ebenen durch ihr Wechselspiel miteinander verbunden. Deshalb werden sich die Inhalte in diesem und auch im nächsten Kapitel zur Bildredaktion immer wieder überschneiden. Nicht nur in der Theorie, auch in der Praxis müssen Fotograf_innen diese Tatsache bei der Herstellung von Bildern im Blick behalten. Darüber hinaus gilt es, die Verantwortung der eigenen Handlungen beim Fotografieren zu reflektieren. Satam vermutet diesbezüglich, dass es mehr als eine visuelle Herangehensweise braucht: „When you raise the camera to your eye you become responsible for contextualizing the history of the person you are photographing. It is critical that photographers take that responsibility as seriously as they do the photograph itself. Stories need to be approached with intellectual curiosity rather than a mere visual curiosity. It is also critical they consider the people they are photographing as collaborators, not ‘subjects’.“¹⁸⁷ Die Darstellung von Protagonist_innen als ermächtigte Akteur_innen ist ganz im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus. Wie das fotojournalistische Zugänge beeinflusst, zeigt sich am Ende des Kapitels im Abschnitt *Perspektiven(-wechsel)*.

4.1 Bildsprache im Visuellen Konstruktiven Journalismus

Die Herstellung von Bildern und Fotos wird meist von technischer Seite aus betrachtet; Perspektive, Verschlusszeit und Motivwahl sind leicht messbare Größen. Zusammengefasst ergeben sie die formale Gestaltung des Bildes; sie sind aber nur ein Teil der Bildsprache. Der andere

¹⁸⁵ Ritchin, *Bending the Frame*, S. 15.

¹⁸⁶ Die Bildbeispiele in diesem Kapitel wurden anhand der Informationen aus den Expert_inneninterviews und anhand ikonischer sowie breit diskutierter Fotos aus dem internationalen Nachrichtengeschehen ausgewählt.

¹⁸⁷ Satam, *Ethics Of Seeing*, online.

Teil ist der Inhalt des Bildes selbst. Der Begriff ‚Bildsprache‘ findet sich in der Fotokunst oder bei der Dokumentarfotografie recht häufig, in Bezug auf Nachrichtenbilder nach Lobinger und Rossig eher selten.¹⁸⁸ Das liegt vermutlich daran, dass die Konnotation mit einem künstlerischen Aspekt in der Fotografie der ursprünglichen Vorstellung einer objektiven und distanzierten Berichterstattung gegenübersteht. Mit international beachteten Wettbewerben wie den *World Press Photo Awards* hat sich das in den letzten Jahren stark gewandelt. Rossig spricht in diesem Zusammenhang von der ‚Kunst der gezielten Manipulation‘, was in diesem Zusammenhang aber nicht negativ betrachtet wird.¹⁸⁹ Selbstbewusst zeigen Fotojournalist_innen Nachrichtenereignisse aus ihrer persönlichen Perspektive.¹⁹⁰ Im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus muss diskutiert werden, welchen Beitrag die Bildsprache zur Entstehung konstruktiver Nachrichten leisten kann. Wie sich zeigen wird, kommt vor allem dem emotionalen Aspekt von Bildern eine große Bedeutung zu.

4.1.1 Wie journalistische Bilder entstehen

Julian Rossig erläutert im Buch *Fotojournalismus* die sogenannte EDFAT-Methode¹⁹¹ zur Beschreibung der Herangehensweise bei der Gestaltung von journalistischen Fotos. Die Methode geht auf den Fotografen, Kunsthistoriker und Kurator John Szarkowski¹⁹² zurück, der folgende fünf Schritte zur Bildgestaltung empfiehlt.

- E ntire
- D etails
- F rame
- A ngle
- T ime

Fotojournalist_innen sollen demzufolge den jeweiligen Ort des Geschehens, oder die Motive zuerst als Ganzes betrachten und wahrnehmen. Als nächster Schritt folgt die Zerlegung des Ereignisses in verschiedene Details (nicht alle davon müssen auch fotografisch abgebildet werden). Der nächste Schritt ist die Wahl des Ausschnittes oder das Framing. Damit ist der Bildausschnitt der Aufnahme gemeint, nicht der später gezeigte Bildausschnitt in der Publikation – dieser kann sich

188 Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung. Und Rossig, Fotojournalismus.

189 Vgl. Rossig, Fotojournalismus, S. 29.

190 siehe auch Kapitel 3.1.3 *Ein Exkurs zur Ästhetik von journalistischen Bildern*.

191 Rossig, Fotojournalismus, S. 24.

192 John Szarkowski leitete unter anderem jahrelang die fotografische Abteilung des *Museum of Modern Art* in New York. Darüber hinaus setzte er sich auch theoretisch mit Fotografie auseinander.

noch einmal drastisch von dem der Aufnahme unterscheiden und zu einer komplett anderen Aussage des Bildes beitragen.¹⁹³ Auf das Framing folgt die Wahl des Betrachtungswinkels.¹⁹⁴ In der Regel kommen drei verschiedene Betrachtungswinkel in Frage: Auf-, Normal- und Untersicht. Die Wahl des Betrachtungswinkels spielt vor allem in Hinblick auf die Machtverhältnisse zwischen Fotograf_in und Fotografiertem eine entscheidende Rolle.¹⁹⁵ Die letzte Entscheidung betrifft die Auswahl von Zeitpunkt und Zeitraum der Aufnahme: Wie lange wird ein Bild belichtet und wann wird der Auslöser gedrückt? Der legendäre französische Fotograf und *Magnum*-Mitgründer¹⁹⁶ Henri Cartier-Bresson spricht in seinen theoretischen Überlegungen oft vom ‚entscheidenden Augenblick‘. Dieser entscheidende Augenblick hat auch Einfluss auf den Verlauf der Erzählung durch den Bildinhalt. Eine Sekunde kann ausreichen, um die Aussage eines Bildes komplett zu verändern. In Kombination mit den anderen Faktoren wie Framing und Betrachtungswinkel wird dieser Effekt noch verstärkt. Ein sehr gutes Beispiel liefert die fotografische Berichterstattung des G-7-Gipfels aus dem Jahr 2017. Während das Foto des deutschen Fotografen Jesco Denzel um die Welt ging, zeigen erst die Bilder anderer Fotograf_innen¹⁹⁷ vor Ort, wie unterschiedlich die gleiche Szene wirken kann.

193 Zur redaktionellen Auswahl des Bildausschnittes siehe auch Kapitel 5.

194 Vgl. Prinz, Interview (siehe Anhang 4).

195 Diese Machtverhältnisse sind nicht nur für die Auseinandersetzung mit bildethischen Überlegungen relevant, sondern auch für die Überlegungen hinsichtlich eines Visuellen Konstruktiven Journalismus. Die Art und Weise, wie Personen porträtiert werden, kann maßgeblich beeinflussen, ob diese als Akteur_innen oder Opfer wahrgenommen werden. Die Wahl des Betrachtungswinkels ist entscheidend. Vgl. dazu auch Prinz, Interview (siehe Anhang 4).

196 Die Fotoagentur *Magnum Photos* wurde 1947 in New York gegründet und gilt als eine der renommiertesten Fotoagenturen der Welt.

197 Die Bildbeispiele wurden alle von offiziell angestellten Fotograf_innen der jeweiligen Regierungen gemacht, Beispiele unabhängiger Fotograf_innen sind nicht dabei; nach umfassender Recherche konnten auch keine Bilder unabhängiger Journalist_innen gefunden werden.



Bild 8: Merkel und Trump im Fokus beim G7-Gipfel 2017 in Kanada. © Jesco Denzel

Das Bild von Jesco Denzel ist heute ein gern zitiertes Beispiel für politische Ikonografie. Die politische Bedeutung des Bildes soll hier jedoch nicht im Vordergrund stehen. Für die Betrachtungen im Rahmen dieser Arbeit ist vielmehr der fotografische Augenblick von Bedeutung – mehrere Zeitungsartikel, wie der von Hannah Parkinson in der britischen Zeitung *The Guardian*, nehmen darauf Bezug.¹⁹⁸ Denzels Aufnahme ist eine von vielen, die während dem Polittreffen angefertigt wurden. Die zentralperspektivische Anordnung zeigt, wer von Interesse zu sein hat. Die deutsche Bundeskanzlerin Merkel als Verhandlerin, Merkel als Macherin, Merkel, die sich in einer von Männern dominierten Welt behauptet. Die Betrachter_innen bekommen durch die Position des Fotografen außerdem das Gefühl vermittelt, selbst mitten im Geschehen zu stehen. Es wirkt, als würde man am selben Verhandlungstisch sitzen. Ganz anders erscheint in diesem Zusammenhang das Bild des Fotografen von US-Präsident Donald J. Trump, Dan Scavino Junior. Das Bild hat etwas Voyeuristisches und fokussiert zentralperspektivisch alles auf den Hauptprotagonisten Trump. Auffallend ist auch der tonale Unterschied: Hier wirkt die Stimmung eher ausgelassen, gelöst und

198 Vgl. Parkinson, Hannah: Trump, Merkel, Macron: The G7 Photos Worth a Thousand Words. Im Internet: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/11/merkel-macron-g7-photos-social-media-trump> (aufgerufen am 30.01.2019).

entspannt; bei Denzels Bild ist hingegen die Härte und Ausweglosigkeit der Verhandlungen förmlich zu spüren, die Diagonale des Tisches verstärkt diesen Effekt – sie suggeriert eine Trennlinie.



*Bild 9: Trump im Zentrum des Geschehens beim G7-Gipfel 2017 in Kanada.
© Dan Scavino Jr.*

Abbildung 10 zeigt die Aufnahme des kanadischen Regierungsfotografen Adam Scotti. Ähnlich wie bei Jesco Denzel bietet das Foto einen fast schon persönlichen, sehr nahen Blick auf das Geschehen. Der kanadische Premierminister Justin Trudeau wird in einer dynamischen Position gezeigt, ist jedoch nicht so stark in den Mittelpunkt gerückt wie Trump und Merkel bei den beiden vorherigen Beispielfotos. Die prägnanten Diagonalen – in diesem Fall zum Beispiel der lange Verhandlungstisch – verstärken die Dynamik des Bildes. Trudeau wirkt – genau wie die Leser_innen – wie ein externer Beobachter; jede und jeder andere in der Szene scheint in eine Handlung vertieft zu sein.



Bild 10: Justin Trudeau tritt an den Verhandlungstisch. © Adam Scotti

Die letzte – wieder komplett anders gewichtete – Interpretation der gleichen Szene zeigt den französischen Präsident Emmanuel Macron als zentrale Figur. Das Foto lässt keine Zweifel darüber aufkommen, wer das Sagen hat. Präsident Macron führt das Wort und alle hören gebannt zu. Die Anordnung der anderen Politiker_innen im Halbkreis um Macron herum verstärkt diesen Eindruck noch einmal. Die Gestik lässt dieses Bild wesentlich aktiver als das von Denzel erscheinen. Ähnliche fotografische Sujets sieht man bei Politiker_innen häufig, zum Beispiel beim österreichischen Bundeskanzler Sebastian Kurz. Der österreichische Medienwatchblog *Kobuk* widmet sich in seiner Berichterstattung unter anderem den visuellen Kommunikationsstrategien von Politiker_innen.¹⁹⁹



Bild 11: Emmanuel Macron führt die Verhandlungen. © Fotograf der französischen Regierung

Die vier Beispiele zeigen, welche unterschiedlichen Bildinterpretationen und Bildwirkungen unterschiedliche Perspektiven und Framings der gleichen Situation ermöglichen. Darüber hinaus deuten sie an, wie stark die Entscheidungen der Fotograf_innen Einfluss auf die Ergebnisse nehmen können. Messaris und Abraham haben bereits 2003 festgestellt, dass die besonderen Qualitäten von Bildern – ihre Ikonenhaftigkeit, ihre Indexikalität und ihre syntaktische Selbstverständlichkeit – sie zu äußerst effektiven Tools des politischen und ideologischen Framings machen.²⁰⁰

199 Vgl. Fahrnberger, Helge: Die Zeitungen sind voller Foto-Propaganda von Kurz und Kern. Im Internet: <https://www.kobuk.at/2017/05/wie-die-presse-die-pr-bilder-von-kurz-und-kern-apportiert> (aufgerufen am 01.02.2019).

200 Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 92.

Der Fotograf Kurt Prinz identifiziert den Faktor Zeit, beziehungsweise den Zeitraum, als Kernelement für komplexe Bilder: „[...W]enn ich zwei Stunden wo bin, dann ist es ein anderes Bild, als wenn ich drei Tage mit jemandem verbringe.“²⁰¹ Es besteht die Vermutung, dass dieses Kernelement komplexer Bilder für tagesaktuelle, chronikale Berichterstattung kaum erfüllt werden kann. Pressetermine lassen oft nur wenig Zeit, um die entsprechenden Bilder zu machen.²⁰² Im Umkehrschluss kann davon ausgegangen werden, dass vor allem längere Formate wie Fotoessays oder Fotoreportagen vom Faktor Zeit profitieren. Wenn mehr Zeit komplexere Bilder ermöglicht, dann könnte mehr Zeit auch den nötigen Raum für die bildliche Umsetzung eines Visuellen Konstruktiven Journalismus eröffnen. Zu einem ähnlichen Schluss kommen auch Lough und McIntyre in *Visualizing the Solution*.²⁰³ In den Expert_inneninterviews hat sich gezeigt, dass Zeit überhaupt eines der zentralen Elemente hinsichtlich konstruktiver journalistischer Bilder zu sein scheint²⁰⁴; eine Annahme, die sich auch mit den Ergebnissen aus der Literaturanalyse und der Studie von Lough und McIntyre deckt.²⁰⁵ In der Ära der digitalen Medien haben Nachrichten unmittelbar zu sein; so gesehen wirkt das Plädoyer für mehr Zeit für die Bildherstellung anachronistisch und lässt sich vermutlich häufig nur schwer umsetzen. Es fehlt an Geld und damit oft an Zeit, wie auch Fotografin Ursula Röck feststellt.²⁰⁶ Ein schnelles und einfaches Bild ist in diesem Fall keine Lösung, denn ein Visueller Konstruktiver Journalismus verlangt einen gewissen Grad an Komplexität – im Inhalt aber auch in der Planung und Umsetzung.

Neben der EDFAT-Methode hat sich laut Kobre und Brill noch eine zweite Strategie in der Gestaltung und Auswahl von Fotos bewährt. Joe Elberts Hierarchie der Fotos teilt journalistische Fotos in vier Kategorien ein.

201 Prinz, Interview (siehe Anhang 4).

202 Darüber hinaus sind Pressetermine oft von einer starken Inszenierung durch die Veranstalter_innen geprägt, die von den Fotograf_innen nur bedingt durchbrochen werden kann.

203 Vgl. Lough und McIntyre, *Visualizing the Solution*, S. 12f.

204 Vgl. Kruse, Interview (siehe Anhang 3). Und Röck, Interview (siehe Anhang 2).

205 Vgl. Good und Lowe, *Understanding Photojournalism*, S. 157. Und Seiser, *Konstruktiver Journalismus*, S. 49.

206 Vgl. Röck, Interview (siehe Anhang 2).

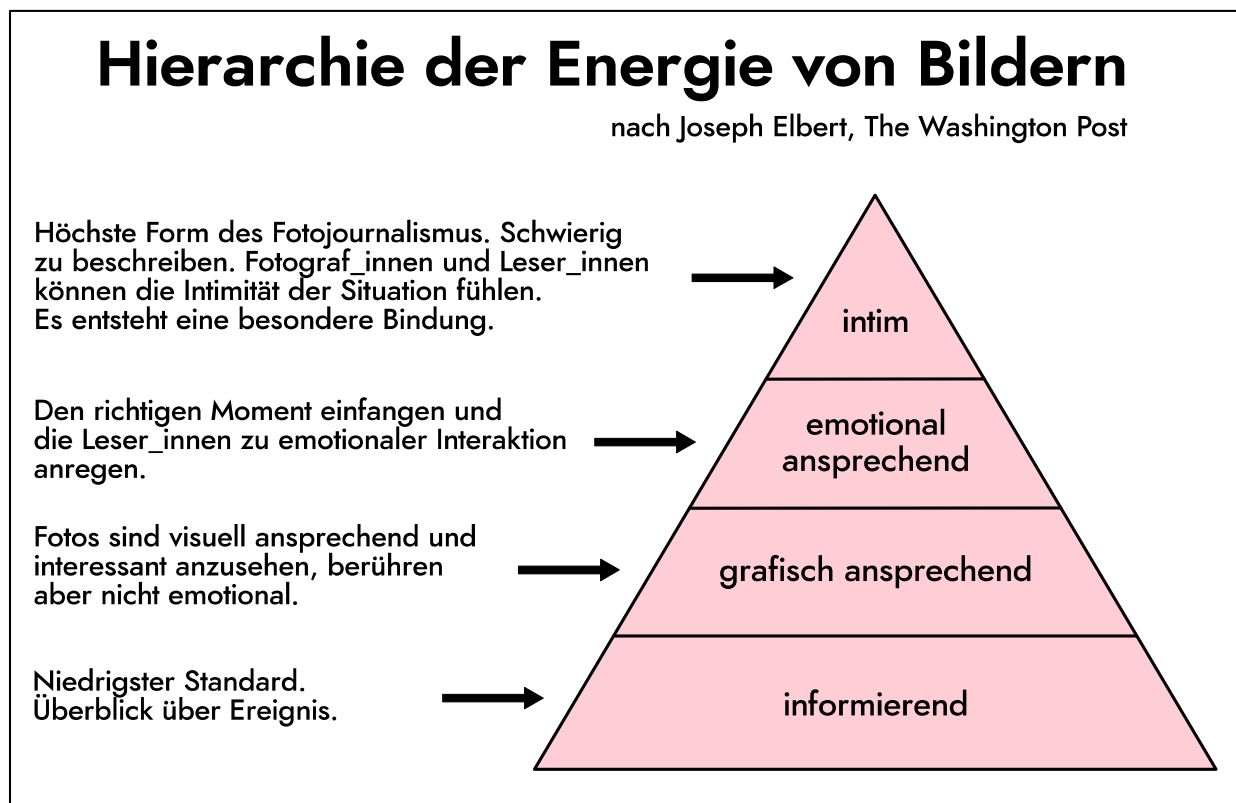


Abbildung 3: Hierarchie journalistischer Fotos nach Joe Elbert.

Die niedrigste Kategorie, die ‚informierenden‘ Fotos, stellen so etwas wie den kleinsten gemeinsamen Nenner dar. Sie besitzen einen rein informierenden Charakter und beantworten in der Regel die klassischen ‚W-Fragen‘. Sie sind faktenorientiert. Die Kategorie der ‚grafisch ansprechenden‘ Bilder bezeichnet Elbert als ‚gut‘, aber noch nicht ‚großartig‘. Es gilt, mit entsprechenden Techniken Bilder visuell spannender zu machen. Dies wird vor allem über Framing, Betrachtungswinkel und Belichtungszeit erzielt. Zum Beispiel, wenn bei einem vermeintlich langweiligen Pressetermin Fotograf_innen interessante, neue Blickwinkel finden, um ein ‚spannendes‘ Foto zu machen. Die dritte Kategorie sind die ‚emotional ansprechenden‘ Fotos. Diese Art von Fotos bringt die Leser_innen dazu, sich nicht nur auf einer inhaltlichen/intellektuellen Ebene mit dem Bild auseinanderzusetzen, sondern eine emotionale Bindung zu den Subjekten aufzubauen. Laut Elbert sind diese Fotos jenen der ersten und zweiten Kategorie immer vorzuziehen. Fotos der dritten Kategorie beinhalten in der Regel auch Personen; Coleman verweist darauf, dass Fotos mit Personen – idealerweise in Aktion – eine stärkere emotionale Bindung hervorrufen.²⁰⁷ Die vierte und höchste Kategorie stellen laut Elbert die ‚intimen‘ Fotos dar.

²⁰⁷ Vgl. Coleman, Renita: Framing the Pictures in Our Heads: Exploring the Framing and Agenda-Setting Effects of Visual Images. In: Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives. Hg. v. Paul D’Angelo und Jim Kuypers, 1. Aufl. New York 2009. S. 233-61. S. 231 – 266.

Momentaufnahmen, die aus den Leser_innen Teilnehmer_innen machen und die stärkste Bindung zwischen Subjekt und Betrachter_innen hervorrufen. Elbert relativiert allerdings indem er darauf hinweist, dass die Bedeutung der Intimität in einem Bild sehr unterschiedlich interpretiert und wahrgenommen werden kann.²⁰⁸ Lough und McIntyre haben herausgefunden, dass die dritte und die vierte Kategorie auch für konstruktive Geschichten von großer Relevanz sind.²⁰⁹

Als letzter zentraler Aspekt der Bildgestaltung soll die Sonderstellung des Faktors Licht beleuchtet werden, denn Fotos sind untrennbar mit Licht verbunden. Wörtlich übersetzt bedeutet ‚Fotografie‘ ‚Zeichnen/Malen mit Licht‘; egal ob künstliches oder natürliches Licht, kein Foto kann ohne die Anwesenheit von Licht und Schatten entstehen. Das hat sich auch mit der Entstehung der digitalen Fotografie nicht geändert. Allerdings wurde es technisch einfacher, Bilder so aufzunehmen, wie wir unsere Umwelt wahrnehmen.²¹⁰ Die Kunst des Fotografierens besteht darin, die jeweiligen Lichtsituationen auszunutzen und gleichzeitig in die Gestaltung der Bilder einfließen zu lassen. Das kann mit natürlichem Licht, aber auch mit künstlichen Lichtquellen geschehen. Obwohl in der Reportage- und Dokumentarfotografie oft mit natürlichem Licht gearbeitet wird, macht das die Fotos nicht echter oder unverfälschter als Fotos, die mit einem Blitz oder anderen künstlichen Lichtquellen aufgenommen werden. Der Einsatz von Licht hilft unmittelbar, eine eigene Bildsprache etablieren. Veronique Mistiaen vom *Constructive Journalism Project* betont im Interview: „I really like photographers who work with the light. Just with the type of light you use you can change the atmosphere of something.“²¹¹ Der Fotograf Tobias Kruse sieht die Arbeit mit Licht beim Fotografieren als zentrales Merkmal seiner Bilder und seiner Praxis – wie auch die folgenden Beispiele illustrieren.

208 Vgl. Kobre und Brill, Photojournalism, S.131f. Und Lough und McIntyre, Visualizing the Solution, S. 4.

209 Vgl. Lough und McIntyre, Visualizing the Solution, S. 13f.

210 Vgl. Prinz, Interview (siehe Anhang 4).

211 Mistiaen, Interview (siehe Anhang 1).



Bild 12: Jaywick, Porträt. © Tobias Kruse / Ostkreuz

Das Bildbeispiel aus der Serie *Jaywick*²¹² zeigt einen Bewohner der namensgebenden Ortschaft im Porträt. Die Szene hat etwas Friedvolles; das warme Licht der Abendsonne unterstützt den verträumten und entspannten Blick des Porträtierten; der Mann wirkt, als würde er von etwas Schönerem träumen. Das Licht hat Einfluss auf die Farbwahrnehmung und die Tonalität des Bildes. Eingebettet in den Kontext der Geschichte, spannt das Foto einen Bogen zwischen der harten Alltagsrealität für die Bewohner_innen Jaywicks und der Träume und Wünsche nach einem besseren Leben.

In den Expert_inneninterviews kommt das Motiv Licht immer wieder als zentrales Gestaltungselement vor, wobei kein Unterschied zwischen natürlichem und künstlichem Licht gemacht wird. Die Fotograf_innen wissen, dass damit auch der Blick der Leser_innen gelenkt werden kann. Fotograf Tobias Kruse erklärt seine Herangehensweise beim Fotografieren: „Das Auge guckt zum Beispiel immer auf helle Punkte, das heißt, wenn ich ein dunkles Bild habe, wo ein

²¹² Jaywick ist der offiziell ärmste Ort Großbritanniens. Tobias Kruse hat für das *Zeit-Magazin* im November 2017 Fotos für eine ausführliche Reportage über den Ort und die Menschen, die dort leben, angefertigt. Vgl. von Kittlitz, Alard: Armut in Großbritannien: Harter Brexit. Im Internet: <https://www.zeit.de/zeit-magazin/2017/49/armut-grossbritannien-jaywick-brexit> (aufgerufen am 01.02.2019).

heller Lichtfleck ist, weil die Sonne irgendwo durchscheint und da kommt so ein Schein durch, dann bleibt das Auge da hängen. So und dann hab ich den Betrachter. Dann passiert auf einmal etwas, was ich auf den ersten Blick nicht gesehen hab, weil sich in dem restlichen dunkleren Teil des Bildes etwas abspielt. Und dann bin ich schon bei Schritt zwei. Wenn dann das, was da passiert, Fragen offen lässt und nicht sofort Antworten liefert, dann ist das eigentlich schon recht viel, was ein Bild kann.“²¹³ Die Führung des Blicks der Betrachter_innen über helle und dunkle Bereiche in Bildern ist gängige Praxis in der Fotografie und orientiert sich an der Malerei. Ein gutes Beispiel dafür ist ein weiteres Foto aus der Serie *Jaywick*. Der porträtierte Mann sitzt in einem Raum, durch eine Tür fällt ein Lichtstrahl, der einen Teil seines Gesichts beleuchtet. Man kann nur die Konturen des Gesichts erkennen, sein Aussehen nur erahnen. Es scheint sich bei diesem Raum um eine Küche zu handeln, Geräte sind erkennbar, die Wände über und über mit Postkarten und Zetteln behängt. Die Gestik ist die eines Bettlers: gefaltete Hände und ein Becher in der Hand. Sein Blick ist leicht nach oben gerichtet, als würde er am Boden sitzen und zu einem Passanten oder einer Passantin aufschauen. Der Lichtstrahl teilt den Raum in zwei Bereiche, ein Teil wird beleuchtet, der andere Teil liegt im Dunkeln.



Bild 13: *Jaywick*, Porträt. © Tobias Kruse / Ostkreuz

²¹³ Kruse, Interview (siehe Anhang 3).

Ungeschulten Betrachter_innen fällt diese bewusste Führung nicht so stark auf; als Rezipient_in sieht man oft nur den ästhetischen Wert von Licht und Schatten. Licht trägt aber auch noch eine weitere Komponente in sich. Warme, helle Farben werden in der Farbpsychologie als positiv und aktivierend bewertet. Positiv und aktivierend sind auch Kernattribute des Konstruktiven Journalismus – wie McIntyre und Gyldensted festgehalten haben.²¹⁴ Man könnte derart gestaltete Fotos (also mit warmen und hellen Farben) im Sinne dieser Analogie als visuell konstruktiv klassifizieren. Betrachtet man noch einmal die beiden Beispiele aus der Serie *Jaywick*, dann zeigt sich, dass sich durch diese Sichtweise eine neue Interpretationsebene eröffnet. In Kombination mit der Haltung lassen die Bilder ein Gefühl von Hoffnung erahnen. Das trifft natürlich nicht auf alle Bilder zu, die man einem Visuellen Konstruktiven Journalismus zuordnen könnte, aber es zeigt beispielhaft, dass der bewusste Einsatz von Licht, Schatten und dadurch entstehenden Farben der Bildgestaltung helfen könnte, visuell konstruktive Narrative zu etablieren.

4.1.2 Was Bilder zeigen

Der zweite Teil der Bildsprache betrifft den Inhalt von Bildern. Das Was ist mindestens genau so wichtig wie das Wie. In den Medien dominieren illustrierende Bilder, Klischeedarstellungen und Stereotypisierungen.²¹⁵ Das Potenzial eines anderen Umgangs mit den Inhalten scheint groß zu sein. Ritchin erwähnt in diesem Zusammenhang, dass eine bewusste Charakterisierung abseits erwarteter Klischees auch zu einer Art Dialog zwischen fotografiertem Subjekt und Fotograf_in führen kann – ähnlich wie Elbert ‚intime‘ Bilder als vierte Kategorie beschreibt.²¹⁶ Die Fotograf_innen Tobias Kruse, Ursula Röck und Kurt Prinz haben in ihrer Arbeit ähnliche Beobachtungen gemacht. Eine konstruktive Bildsprache benötigt auch konstruktive Bildinhalte. Auf Probleme fokussierte Bilder, wie sie heute oft in der Nachrichtenberichterstattung vorkommen, können das eher nicht leisten. Als das österreichische Monatsmagazin *Datum* im Oktober 2018 einen kritischen Artikel zur Zucht von Küken in Österreich veröffentlichte, war der Artikel mit dramatischen (und höchst ästhetischen) Fotos bebildert, die allesamt verschiedene Situationen in einer Zuchtfabrik zeigen; und das obwohl der Beitrag auf einer inhaltlichen Ebene durchaus viele konstruktive Elemente enthielt.²¹⁷

214 McIntyre und Gyldensted, *Applying Positive Psychology*, S. 21-23.

215 Im dritten Kapitel wurde bereits auf die durchaus problematische Verwendung von Stockfotos hingewiesen.

Außerdem liegt die Entscheidung, was gezeigt (und verlangt) wird, oft nicht bei den Fotograf_innen, sondern bei den (Bild-)redakteur_innen.

216 Vgl. Ritchin, *Bending the Frame*, S. 53. Und Kobre und Brill, *Photojournalism*, S. 132.

217 Vgl. Lydia Mitterbauer, Lydia und Schmid, Eva und Suck, Annika: 9.000.000. Im Internet: <https://datum.at/9-000-000> (aufgerufen am 02.02.2019).

Das Monatsmagazin *Datum* eignet sich aufgrund seiner Reportage-Formate sehr gut für die Analyse konstruktiv journalistischer Elemente.



Bild 14: Tote männliche Küken. Datum-Artikel 9.000.000. © Ursula Röck

Das Bild von Ursula Röck zeigt das, was bei einer Reportage zu dem Thema vermutlich erwartbar ist. Lough und McIntyre wissen, dass schockierende Nachrichten nach schockierenden Bildern verlangen – so zumindest die Erwartungshaltung bei Fotograf_innen, in Redaktionen und bei den Leser_innen.²¹⁸ Der Artikel über die Küken hätte aber auch andere Möglichkeiten zur Visualisierung der Geschichte nutzen können. Ein Teil der Reportage widmet sich zum Beispiel neuen Hühnerrassen, die zwar den Nachteil haben, dass die Eierproduktion weniger ertragreich ist, dafür aber den Vorteil, dass – im Gegensatz zu anderen Rassen – auch das Fleisch der Hähne wohlschmeckend ist. In der fotografischen Begleitung der Reportage hätten daher etwa diese Hühnerrassen porträtiert oder die Bauernhöfe, auf denen diese neue Hühnersorte gezüchtet wird, gezeigt werden können. Alternativ hätten auch die menschlichen Protagonist_innen vor die Kamera geholt werden können – damit wäre auch das sterile und technokratische Element der Geschichte um eine menschliche Komponente ergänzt worden. Allerdings verweist Ursula Röck in Zusammenhang mit dem Beitrag auf zwei wesentliche Hindernisse, die im Teil zur Entstehung von

²¹⁸ Vgl. Lough und McIntyre, *Visualizing the Solution*, S. 2.

journalistischen Bildern schon einmal angeführt wurden: Zeit und Geld.²¹⁹ Die alternativen Bebilderungsoptionen hätten verlangt, an zwei verschiedenen Locations Bilder zu machen, und daher Geld und Zeit gefordert, die nicht vorhanden waren. Ein weiterer Faktor ist die Erwartungshaltung von Bildredaktionen, wie Ritchin kritisiert: „The point was that publications use photographers to get the image that they want, rather than to discover what might be there.“²²⁰ Diese Aussage bestätigt sich auch in den Expert_inneninterviews und zeigt, welche Macht und Verantwortung bei den Bildredakteur_innen liegt.²²¹ Ein Teil der Verantwortung liegt aber auch bei den Fotograf_innen – sie entscheiden schließlich, welche Bilder die Redaktionen am Ende geliefert bekommen. Manche schicken nach einem Auftrag zwölf Bilder, manche 100 – und in beiden Fällen hat die Redaktion meist freie Hand bei der Auswahl.

Die Frage nach dem Was ist auch immer von ethischen Überlegungen begleitet. Wie stelle ich Leid dar, in welcher Rolle sind die Protagonist_innen meiner Geschichte zu sehen und was zeige ich? In Kapitel 3 wurde bereits festgestellt, dass ethische Grundsätze über technische Aspekte (Beschneiden, Belichtungskorrekturen, etc.) hinausgehen, und dass es im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus klare und transparente Regeln, sowie neue Strukturen braucht. Ritchin fasst die Aufgaben von Journalist_innen und Redakteur_innen folgendermaßen zusammen: „The coverage of issues and events should be done with fairness and in depth, acknowledging that all photography and journalism is interpretive, but that as observers it is incumbent upon each of us to try to overcome any biases. This stance must be transparent, supported by simple and straightforward ethical rules for journalists that are readily available to the reader.“²²² Wie man als Fotograf_in allerdings diese ‚biases‘ überwindet, bleibt an dieser Stelle unbeantwortet und kann auch nicht so einfach beantwortet werden. Ein möglicher Zugang wird in Kapitel 4.2 erläutert. Vorurteilsfrei zu fotografieren erscheint angesichts der eigenen Sozialisierung und der Erwartung, bestimmte visuelle Typen zu reproduzieren, beinahe unmöglich. Prinz schlägt vor, dass über eine neue Form der Kontextualisierung zumindest der Herstellungsprozess der Bilder – und damit eventuelle Stereotypen – transparent gestaltet werden könnte.²²³ Konstruktiver Journalismus verlangt laut Haagerup sowie McIntyre und Gyldenstedt darüber hinaus, die Protagonist_innen statt

219 Lough und McIntyre haben in ihrer Studie *Visualizing the Solution* herausgefunden, dass konstruktive Fotos auf jeden Fall durch die Faktoren Zeit und Geld beeinflusst werden. Mehr Zeit würde laut der Studie eine präzisere und komplexere Gestaltung ermöglichen. Außerdem zeigt sich in den Ergebnissen, dass Fotograf_innen der eigenen Redaktion ‚passendere‘ Ergebnisse als Freelancer oder Agenturfotograf_innen liefern – diese sind in der Regel aber auch teurer. Vgl. Lough und McIntyre, *Visualizing the Solution*, S. 13f.

220 Ritchin, *Bending the Frame*, S. 61.

221 In Kapitel 5 soll die Perspektive der Bildredaktionen ausgeloten werden.

222 Ritchin, *Where Do We Go*, online.

223 Vgl. Prinz, Interview (siehe Anhang 4).

als Opfer als Akteur_innen darzustellen²²⁴: „One significant benefit is the portrayal of people and communities as active agents rather than passive victims.“²²⁵ Weiters stellt Campbell fest, dass „a solutions perspective investigates how individuals respond to problems“. Viele Fotograf_innen versuchen in ihrer Arbeit Protagonist_innen bewusst als Akteur_innen darzustellen. Der Magazin- und Dokumentar-Fotograf Nikita Teryoshin hat mit der Geschichte *Grannies strike back* im *Zeit-Magazin* ein vielbeachtetes Beispiel abgeliefert.



Bild 15: *Grannies strike back* – fotografiert für das *Zeit-Magazin*. © Nikita Teryoshin



Bild 16: *Grannies strike back*. © Nikita Teryoshin



Bild 17: *Grannies strike back*. © Nikita Teryoshin

224 Vgl. Haagerup, *Constructive news*, S. 27. Und McIntyre et al, *Solutions in the Shadows*, S. 5f.

225 Campbell, David: *Why It's Time for Visual Journalism to Include a Solutions Focus*. Im Internet: <https://witness.worldpressphoto.org/why-it-is-time-for-visual-journalism-to-include-a-solutions-focus-5be15aec3afc> (aufgerufen am 18.10.2018).



Bild 18: *Grannies strike back.* © Nikita Teryoshin

Die Reportage kann aufgrund von Inhalt und Struktur als konstruktiv journalistisch eingeordnet werden und auch auf einer visuellen Ebene finden die Fotos einen konstruktiven Zugang und erzählen von Selbstermächtigung. Die ‚boxenden Omas‘ begegnen dem harten Alltag in Johannesburg in Südafrika aus einer selbst erarbeiteten Position der Stärke. Die Porträts spiegeln durch Körperhaltung der Protagonistinnen und Perspektive der Aufnahmen das Selbstbewusstsein der älteren Damen wider. Die Fotos sind mit einer kurzen Brennweite fotografiert und nah am Geschehen. Die porträtierten Frauen strahlen etwas Würdevolles aus. Durch die bunten und kontrastreichen Farben wird der gar nicht so graue Alltag der Damen positiv hervorgehoben. Die Porträtierten wirken freundlich, aber auch stark und selbstbewusst. Der Fotograf ersetzt Distanz und neutrale Dokumentationsfunktion durch subjektive und emotionale Nähe. Die ‚boxenden Omas‘ haben ihr Schicksal selbst in der Hand. Was in und mit Fotos gezeigt wird, scheint beim Visuellen Konstruktiven Journalismus unter anderem eine Frage der Perspektive zu sein. Die in dieser Arbeit gezeigten Bildbeispiele unterstützen diese Annahme, beleuchten aber naturgemäß nur einen kleinen Ausschnitt aus der Vielzahl an veröffentlichten Fotoreportagen.

4.1.3 Über Emotionen im Bild

Fotos transportieren immer auch Emotionen; sie sind ebenfalls Teil der Bildsprache von Bildern. Fotojournalist_innen sind davon in zweifacher Hinsicht betroffen: durch den bewussten Einsatz von emotionalen Elementen in Fotos und durch ihre eigene Herangehensweise beim Fotografieren. Satam fordert in diesem Zusammenhang bei der Themenwahl von Nachrichten einen emotionalen Zugang: „Pick a subject because it actually moves you, not because it’s quaint.“²²⁶ Als Fotojournalist_in ist das nicht einfach zu bewerkstelligen, da man immer im Spannungsfeld von Auftraggeber_in, Medium und ethischen sowie journalistischen Vorgaben agiert. Proponent_innen des Konstruktiven Journalismus verlangen von Journalist_innen ebenfalls Geschichten, die bewegen. Ritchin und Lybarger sprechen in diesem Zusammenhang von ‚compelling reporting‘.²²⁷ Nur wenn Geschichten und Bilder fesseln, bleiben die Rezipient_innen hängen – so die Theorie. Kritiker_innen dieser Sichtweise sehen das Gefahrenpotential in der Boulevardisierung der Nachrichten, die häufig in einem hohen Bildanteil ihren Niederschlag findet, wie Lobinger erläutert: „Die abwertende Position gegenüber Bildern im Nachrichtenjournalismus kann zum Teil damit erklärt werden, dass die oftmals kritisierte Boulevardisierung beziehungsweise Popularisierung ‚seriöser‘ Berichterstattung, welche zentrale Ausprägungen der zunehmenden Unterhaltungsorientierung von elektronischen wie Printmedien darstellen, oftmals einhergehen mit einem hohen Bildanteil, wie dieser auch in Boulevardmedien vorliegt.“²²⁸ Haagerup ergänzt, dass die Boulevardisierung aufgrund sinkender Leser_innenzahlen und Quoten im Fernsehen angewendet werde und inzwischen durchaus als problematisch zu betrachten sei.²²⁹ Um dem Trend der Boulevardisierung entgegenzuwirken, könnten für die visuelle Berichterstattung Fotos verwendet werden, die zwar emotionalisieren, aber nicht boulevardisieren – also nicht dramatisieren, pauschalisieren und übertreiben. Ein Beispiel für ein solches Vorgehen ist die Serie *I just want to dunk* des dänischen Fotojournalisten Jan Grarup, wie Veronique Mistiaen im Interview angibt. Grarups Reportage gewann den *World Press Photo Award 2013* in der Kategorie ‚Sports Feature‘.

²²⁶ Satam, Ethics of seeing, online.

²²⁷ Vgl. Ritchin, Where Do We Go, online. Und Lybarger, Instagram, online.

²²⁸ Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 109.

²²⁹ Vgl. Haagerup, Constructive News, S. 27.



Bild 19: Eine Wache schützt die Basketballerinnen beim Training in Mogadischu. © Jan Grarup



Bild 20: Basketballerinnen beim Training. Die Einschusslöcher im Stadion erinnern an den somalischen Bürgerkrieg. © Jan Grarup



Bild 21: Die Basketballerinnen müssen sich in der Öffentlichkeit unter ihren Schleiern verstecken. © Jan Grarup

Die Serie zeigt den Alltag der Spielerinnen des somalischen Basketball-Nationalteams, die trotz verschiedener Einschränkungen ihrer Leidenschaft nachgehen. Radikal-islamische Gruppierungen wie *Al Shabaab* halten Sport bei Frauen für un-islamisch und versuchen, die Sportlerinnen zu unterdrücken und in der Ausübung ihres Sports zu behindern. Die Fotoserie zeigt ihren Kampf für Selbstbestimmung und Gleichberechtigung und ist Vorbild für andere Frauen und Sportlerinnen in der Region. Jan Grarups Fotos ermöglichen einen intimen Einblick in die harte Lebensrealität somalischer Frauen und bieten gleichzeitig einen konstruktiven und positiven Zugang. Es geht nicht um Unterdrückung, es geht um Selbstermächtigung. Jan Grarups Fotos können deshalb als ein Beitrag im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus gesehen werden. Gerade bei der Berichterstattung über Konflikte ist das nach wie vor eher die Ausnahme. Campbell sieht das auch als Framing-Problem von Nachrichten: „Another thing that needs to be done in any discussion of the purpose and impact of photographs is to think about the journalistic frame in which they appear. Often that frame is negative and focused only on problems.“²³⁰

²³⁰ Campbell, Visual Journalism, online.

Hinsichtlich der Gestaltungsebene können emotionale Bilder laut Lobinger außerdem durch den Einsatz von Farbe oder „darüber hinaus beispielsweise eine kontrastreiche Gestaltung, eine dynamische Bildgestaltung, die Wahl dynamischer Bildinhalte (zum Beispiel Motive, die sich in Bewegung befinden), eine realitätsnahe Darstellungsart, ein[en] detailbetonte[n] Ausschnitt und/oder eine ungewöhnliche Perspektive“ erreicht werden.²³¹ Ein Beispiel für eine dynamische Bildgestaltung und eine ungewöhnliche Perspektive zeigt die Porträtserie *Live, Love, Refugee* des syrischen Fotografen Omar Imam. Die Idee für das Projekt entstand aufgrund der einseitigen Darstellung des Syrien-Konfliktes und der Betroffenen in westlichen Medien. Eric Gottesmann, Mentor des Fotografen, sieht als besonderes Merkmal der Fotos, dass „[...] there are no solutions. His pictures, different in composition as well as intention, directly question the conventions of ‘humanitarian photography’. He often sets his pictures in front of the ubiquitous white tents that appear in photographs distributed by the NGOs and UN agencies that run the camps in northern Lebanon in which he works. In his photographs, the tents do not represent shelter provided by the global community; rather, they are curtains in front of which is revealed the theater of life.“²³²



Bild 22: *Projekt Refugee Dreams*. © Omar Imam

231 Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 84f.

232 Eric Gottesman, Eric: Omar Imam: Humanitarian Surrealism. Im Internet: <http://hdl.handle.net/2027/spo.7977573.0006.206> (aufgerufen am 24.02.2019).

Ähnlich ungewöhnliche Perspektiven bietet die Serie *Soldier's Stories*, die Ritchin in Bezug auf alternative narrative Formen und auf ungewöhnliche Perspektiven und die Auflösung von Realität und Traum nennt.²³³ Die Fotografin Jennifer Karady arbeitete für die Fotos direkt mit den Soldat_innen zusammen. Es sollten nicht nur Porträts entstehen, sie wollte ihnen mit den Fotos helfen, ihre Traumata aufzuarbeiten. Die Porträtserie liefert darüber hinaus einen konstruktiven Beitrag zum öffentlichen Diskurs über den Umgang der USA mit ihren traumatisierten Soldat_innen.



Bild 23: Jose Adames, aus der Serie *Soldier's Stories*. © Jennifer Karady

4.2 Perspektiven(-wechsel)

Jennifer Karadys Fotoserie *Soldier's Stories* nimmt eine komplett andere Perspektive ein und verschiebt die Grenzen des Fotojournalismus. Im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus muss ausgelotet werden, wo diese Grenzen liegen. „While all photography is interpretive, as a photojournalist my photographs are meant to respect the visible facts of the situations I depict. I do not add or subtract elements to or from my photographs.“²³⁴ So sollte laut Ritchin die fotografische

²³³ Vgl. Ritchin, *Bending the Frame*, S. 42 und S. 86.

²³⁴ Ritchin, *Where Do We Go*, online.

Realität im Idealfall aussehen (siehe auch Kapitel 3.1.2 dieser Arbeit). Aber ist das wirklich alles? „Gibt es eine alternative Praxis der Fotografie?“, fragt John Berger. In der Folge wird der Versuch unternommen, Antworten auf diese Frage zu finden.

Wenn man von einer ‚alternativen Praxis der Fotografie‘ spricht, dann geht es nicht um neue fotografische Techniken, sondern um den Versuch, das Verhältnis zwischen Fotograf_in und Fotografierten aufzulösen beziehungsweise neu zu strukturieren. Laut Susan Sontag kann die Kamera als eine Art Pass gesehen werden, der soziale Hemmung und moralische Grenzen löscht und durch den Fotograf_innen vermeintlich von jedweder Verantwortung gegenüber den Fotografierten losgesprochen werden.²³⁵ Die Machtverhältnisse zwischen Fotograf_in und Fotografierten werden im Fotojournalismus vor allem in der Konflikt- und Kriegsberichterstattung diskutiert.²³⁶ Sie besitzen aber zum Beispiel auch in der Sozialreportage oder der Dokumentarfotografie Relevanz. Um diese Machtverhältnisse sichtbar zu machen, zu hinterfragen und aufzubrechen, hat Vera Brandner die generative Bildarbeit entwickelt, wobei „[...] sich die Fotografie als Wahrnehmungs-, Interaktions-, Dialog- und Reflexionsform erschließen [lässt], die im Sinne Paulo Freires, des brasilianischen Pädagogen, als generative Praxis begriffen werden kann.“²³⁷ Die generative Bildarbeit kann einerseits dazu dienen, diese Machtverhältnisse offenzulegen, gleichzeitig kann die Methode dazu dienen, das Publikum beziehungsweise die Betrachter_innen auf eine völlig neue Art und Weise in den Prozess des Bilder-Zeigens²³⁸ einzubinden. Im journalistischen Alltag ist das vermeintlich nur sehr schwer unterzubringen – an dieser Stelle erscheinen aber die neuen narrativen Möglichkeiten von Onlinemedien als erster Anhaltspunkt für eine komplexere Auseinandersetzung mit Fotos. Ritchin zieht diesbezüglich den Fotoessay in Erwägung – „[...] whether a linear one consisting of photographs and text, one using multiple media, or a non-linear, interactive essay in which the reader/viewer has a larger role in determining meaning“.²³⁹

235 Vgl. Satam, Ethics of seeing, online.

236 Im Beispiel von Jennifer Karady zeigt sich, was geschieht, wenn diese Machtverhältnisse aufgeweicht beziehungsweise aufgelöst werden.

237 Brandner, Vera: Zwischen Menschen Bildern und Menschen. Ambivalente Beziehungen und alternative Praxis im fotografischen Spannungsfeld. In: Images in Conflict – Bilder im Konflikt. Hg. v. Karen Fromm, et al, 1. Auflage Kromsdorf/Weimar 2018. S. 468-488. S. 478.

238 Der Begriff des Bilder-Zeigens betrifft die Präsentation von Bildern und wurde ursprünglich im Kontext von Ausstellungen verwendet, kann aber auch im Zusammenhang mit der Veröffentlichung von Bildern in Medien verwendet werden.

239 Ritchin, Where Do We Go, online.



Bild 24: Fotoserie *As it may be*. © Bieke Depoorter, Magnum Photos

In ihrer Fotoserie *As it may be*²⁴⁰ erforscht die *Magnum*-Fotografin Bieke Depoorter neue Möglichkeiten der fotografischen Interaktion zwischen Fotograf_in und Betrachter_in und nähert sich dadurch dem Konzept der generativen Bildarbeit an. Bieke Depoorter gilt als eines innovativsten *Magnum*-Mitglieder. Hannes Vollmuth beschreibt in seinem Artikel zum 70-jährigen Jubiläum der Fotoagentur *Magnum*, dass durch ihre Arbeit Fotografie eine neue Dimension erreicht hat.²⁴¹ Die Fotos zu der Serie entstehen seit 2011 in einem kontinuierlichen Prozess. Was als Dokumentationsprojekt in Ägypten zur Zeit des Arabischen Frühlings begann, wandelte sich durch die permanente Resemantisierung und Rekontextualisierung im öffentlichen Raum – Betrachter_innen der Bilder konnten frei dazu assoziieren und ihre Ideen/Gedanken/Gefühle in die Bilder hineinschreiben – zu einem dialogischen Austausch, ähnlich dem beschriebenen Prozess der generativen Bildarbeit von Brandner.

240 Infos zum Projekt *As it may be* finden sich auf der Website von Bieke Depoorter: <http://www.biekedepoorter.com/projects/as-it-may-be>.

241 Vgl. Vollmuth, Hannes: Klick! In: *Süddeutsche Zeitung*, 5. Jänner 2018, S. 13.



Bild 25: Fotoserie As it may be. © Bieke Depoorter, Magnum Photos



Bild 26: Fotoserie As it may be. © Bieke Depoorter, Magnum Photos

Man könnte diese interaktive Art des Bilder-Zeigens auch als eine Form der ‚Co-Creation‘ bezeichnen. Nach Ritchin könnte das sogar eine mögliche Entwicklungsrichtung für die journalistische Fotografie sein: „I eventually understood that the photographer need not explain clearly, but can share his or her impressions with other viewers who might be able to help to figure



Bild 28: Posteraktion Schieberkammer. © ipsum

Eine weitere Form des Perspektivenwechsels eröffnet der italienische Konfliktfotograf Ruben Salvadori.²⁴⁵ Als Fotograf, der den israelisch-palästinensischen Konflikt für einige Zeit begleitet hat, stellte er sich die Frage, inwieweit Fotograf_innen in Konfliktgebieten mit ihrer Gegenwart und der Vorgabe, dramatische Bilder zu liefern, unmittelbar auf das Geschehen vor Ort Einfluss nehmen. Seine Bilder zeigen, was man selten im Blick hat, wenn man Fotos betrachtet. Fotograf_innen sind in ihrer Arbeit Protagonist_innen und nicht nur externe Beobachter_innen, die losgelöst von den Ereignissen berichten, was sie sehen.²⁴⁶ Die folgenden zwei Fotos von Ruben Salvadori verdeutlichen, wie der Alltag von Fotojournalist_innen aussieht.

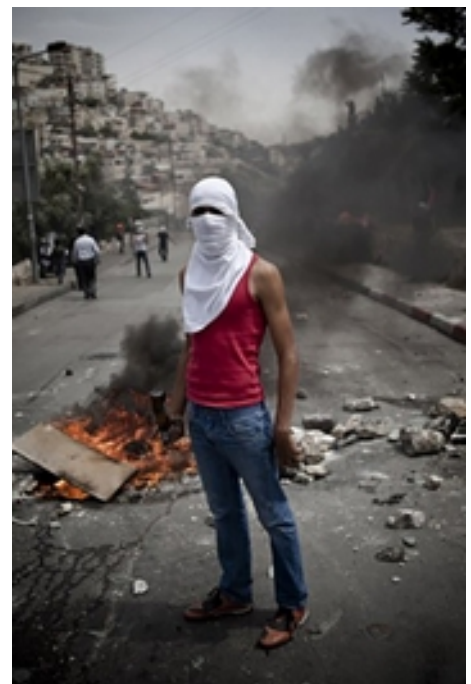


Bild 29: Projekt Photojournalism behind the Scenes. © Ruben Salvadori

245 Ted-Talk von Ruben Salvadori zu seinem Projekt: <https://youtu.be/wYJA4Ae3bDc>.

246 Vgl. Röck, Interview (siehe Anhang 2).



Bild 30: Projekt Photojournalism behind the Scenes. © Ruben Salvadori

In dem Spannungsfeld zwischen Fotograf_innen und Fotografierten zeigt sich, dass ‚visual literacy‘ vermutlich nicht ohne entsprechendes Bewusstsein auf allen Seiten des Medienproduktes funktionieren kann. Villasana verweist in diesem Zusammenhang auf die ethische Verantwortung und den reflektierten Umgang mit der Macht (der Bilder): „[...]It’s important to continuously revisit the ethics and practices behind the work we create and consume. We must all – editors, photographers, writers, and news consumers – question ourselves, our power, and our privilege.“²⁴⁷ Die Frage scheint hinsichtlich einer visuell konstruktiven Herangehensweise an journalistische Fotografie zentral. Visuell konstruktives Handeln in der Fotografie würde demzufolge eine permanente Auseinandersetzung mit dem Wechselspiel der drei Sphären (Produktion, Redaktion, Rezeption) erfordern.

Zusammenfassend betrachtet, kann es für die fotojournalistische Arbeit wohl kein normatives Regelwerk für Fotograf_innen im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus geben. Die Beispiele in diesem Kapitel haben allerdings gezeigt, dass es viele verschiedene Möglichkeiten gibt, konstruktive Narrative über Bilder zu erschaffen; sie können als Impuls und Vorlage dienen. Außerdem lassen sich einige ‚sinnvolle‘ Parameter definieren, die für das Konzept des Visuellen

247 Villasana, Danielle: Truth-Telling: Exploring problems and possible solutions in the media industry. Im Internet: <https://medium.com/re-picture/truth-telling-exploring-problems-and-possible-solutions-in-the-media-industry-efef7fc3560a> (aufgerufen am 03.02.2019).

Konstruktiven Journalismus relevant sein können. Die vier hierarchischen Kategorien Elberts sind ein wichtiger Anhaltspunkt für die Erstellung von Bildern für konstruktive Geschichten – hervorzuheben sind die Kategorien ‚emotional‘ und ‚intim‘. Die Studie *Visualizing the Solution* von Lough und McIntyre deutet darauf hin, dass es nicht nur notwendig ist, die Geschichten entsprechend zu bebildern, sie lässt auch Rückschlüsse auf ideale Produktionsbedingungen zu: „This tells us that when a photographer takes time and effort to move a photograph past the point of supplying basic information, it will increase the chance of reflecting the solution.“²⁴⁸ Diese Ergebnisse decken sich auch mit den Antworten aus den Expert_inneninterviews mit den Fotograf_innen Ursula Röck, Kurt Prinz und Tobias Kruse. Entsprechend der fotografischen Praxis sollten Bilder gemacht werden, die der Geschichte dienen, und nicht im Nachhinein zur Geschichte passende Bilder ausgewählt werden.²⁴⁹ An dieser Schnittstelle kommt schließlich noch eine weitere Ebene hinzu – die der Bildredaktion.

248 Lough und McIntyre, *Visualizing the Solution*, S. 13.

249 Vgl. Dahmen, Nicole: How to Do Better Visual Journalism for Solutions Stories. Im Internet: <http://mediashift.org/2017/11/visually-reporting-solutions-stories-newsrooms-classrooms> (aufgerufen am 07.02.2019).

5. Von der Dunkelkammer auf die Titelseiten

– Bildredaktion

Welche Bilder wir in den Medien zu sehen bekommen, ist im Normalfall immer noch keine Frage von Algorithmen, sondern von Menschen. Bildredakteur_innen sind die Schnittstelle zwischen Fotojournalist_innen, Medien und Leser_innen. Mit der Goldenen Ära des Magazinjournalismus begann auch der Aufstieg der Bildredaktionen. Plötzlich konkurrierten Fotos mit dem Text. Die Entscheidung was für Medien wichtiger ist fiel zugunsten der Bilder.²⁵⁰ Der Wandel war so fundamental, dass ihn nicht nur Good und Lowe als Beginn der Veränderung unserer kompletten Medienlandschaft sehen²⁵¹; der Wandel beim täglichen Medienkonsum ist beim Scrollen durch die endlose Timelines von Social-Media-Plattformen spürbar. Im Vergleich zur Ebene der Bildproduktion ist die der Bildredaktion zwar sichtbarer (das unmittelbare Ergebnis ist das, was konsumiert wird), aber gleichzeitig auch versteckter (die Prozesse der Bildauswahl und Bildbearbeitung werden nur selten transparent gemacht). Damit journalistische Bilder eine andere Bedeutung erlangen und im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus relevant werden, muss sich nicht nur die Art der Fotografie (siehe Kapitel 4) ändern, sondern auch die Arbeit in Bildredaktionen. Das folgende Kapitel erkundet anhand von Beispielen visuelles Storytelling, die Kontextualisierung von Bildern und neue konstruktive Wege multimedialer Geschichten.

5.1 Narration von Bildgeschichten

Wegen der Fülle an vorhandenem (Bild-)Material stechen einzelne Bilder immer seltener hervor und werden als ‚bedeutungsvoll‘ eingestuft. „In today’s media environment, photographs are wildly overabundant, unfiltered, often decontextualized, and free“²⁵², schreibt Ritchin diesbezüglich – wollen Medien, dass ihre Artikel gelesen und gesehen werden, braucht es das ‚gewisse Etwas‘. In diesem Zusammenhang vermutet nicht nur die Fotografin Ursula Röck, dass es vor allem darauf ankommt, eine interessante und relevante Geschichte zu erzählen.²⁵³ Bild und Text dürften in diesem Fall recht ähnlich funktionieren, denn auch im Konstruktiven Journalismus ist das

250 Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 96.

251 Vgl. Good und Lowe, Understanding Photojournalism, S. 45.

252 Ritchin, Where Do We Go, online.

253 Vgl. Röck, Interview (siehe Anhang 2).

Geschichtenerzählen ein zentraler Aspekt – das *Constructive Journalism Project* fasst das unter dem Begriff „compelling“²⁵⁴ zusammen. Auch bei Gyldensted und Haagerup findet sich ‚Storytelling‘ als wichtiger Faktor bei der Erstellung von Nachrichten²⁵⁵. Was allerdings eine interessante und relevante Geschichte ausmacht, soll an dieser Stelle nicht geklärt werden. Es soll vielmehr der Frage nachgegangen werden, wie Medien in Bezug auf Fotos mit dem Geschichtenerzählen umgehen beziehungsweise wie sie mit Bildern Geschichten erzählen.

Die Erzählung durch Bilder erfolgt in der Regel über zwei Zugänge. Der erste ist die Erzählung über das Einzelbild. Ein Foto erzählt eine ganze Geschichte und trägt quasi alles in sich – Anfang, Höhepunkt, Schluss. Diese Art von Fotos findet sich oft auf Titelseiten und in Aufmachergeschichten. Die Fotos werden meist großformatig²⁵⁶ veröffentlicht und nicht selten sind es jene Bilder, die Preise gewinnen und die Jahresrückblicke in den Medien dominieren. Das Siegerbild des *World Press Photo Awards* von 2017²⁵⁷ steht beispielhaft für diese Art von ‚erzählenden‘ Bildern. Es ist die Momentaufnahme eines bedeutenden Ereignisses, die im richtigen Augenblick gemacht wurde. Der Eindruck eines Schnapsschusses wird durch die Hintergrundgeschichte noch verstärkt: Der Fotograf Burhan Ozbilici war an dem Tag, an dem er das Foto machte, nur zufällig bei der Ausstellung in der Galerie anwesend und hatte seine Kamera dabei.²⁵⁸

254 o.V., *Constructive Journalism Project*, online.

255 Vgl. Haagerup, *Constructive news*, S. 129.

256 Wanta konnte 1988 in einer Studie nachweisen, dass die Größe der verwendeten Fotos unmittelbar mit der Wichtigkeit der Nachrichten gleichgesetzt wurde – das bedeutet, dass Bildredakteur_innen bewusst steuern können, was bei den Leser_innen als relevant betrachtet werden soll.

Vgl. dazu Lobinger, *Visuelle Kommunikationsforschung*, S. 111.

257 Das Foto zeigt den Attentäter Mevlüt Altintas direkt nachdem er den russischen Botschafter erschossen hat, dessen Leiche im Hintergrund zu sehen ist.

258 Vgl. Ozbilici, Burhan: Witness to an assassination: AP photographer captures attack. Im Internet: <https://apnews.com/eadca282d5d341a79bb464bbadc4fa11> (aufgerufen am 15.02.2019).



Bild 31: World Press Photo Award Sieger 2017 – Die Ermordung des russischen Botschafters in der Türkei © Burhan Ozbilici / Associated Press

Für die vorliegende Arbeit stehen Einzelbilder aber nicht im Fokus; komplexe Geschichten, wie sie auch im Konstruktiven Journalismus erzählt werden, lassen sich – so die verbreitete Annahme – über eine Reihe von Bildern besser erzählen.²⁵⁹ Ritchin weist ebenfalls darauf hin, dass einzelne Bilder vermutlich nicht ausreichen: „[...A] single photograph hardly ever emerges as emblematic of an issue, and as a focus for a societal debate.“²⁶⁰ Eine durchaus streitbare Aussage, wenn man von bekannten Bildikonen ausgeht, wo zumeist genau ein Bild sinnbildlich für eine ganze Geschichte steht.

259 Vgl. Ritchin, *Bending the Frame*, S. 101.

260 Ritchin, *Where Do We Go*, online.

Vorerst soll an dieser Stelle die Erzählung über die Bildstrecke²⁶¹ als zweite Art, visuelle Geschichten zu erzählen, definiert werden. Bildstrecken können Fotoreportagen, Fotoessays oder Bilderserien sein. Kobre und Brill sprechen in diesem Zusammenhang von „Geschichten mit einer Handlung“, die nicht einem fiktiven Drehbuch folgen, sondern von Menschen erzählen, die vor Herausforderungen stehen und diese auf irgendeine Art bewältigen. Diese Art von Erzählung erfordert die Funktion des Kuratierens in den Bildredaktionen, da es sich dabei nicht nur um eine beliebige Anordnung von Bildern als Diashow handelt. Die sorgfältige Auswahl der Bilder soll die Leser_innen tiefer in die Geschichte hineinziehen, anstatt die Aufmerksamkeit nur für kurze Zeit zu gewinnen.²⁶² Gute Beispiele für kuratierte Bildstrecken und Narration finden sich unter anderem in den berühmten Fotoreportagen des *Life*-Magazins. In Kapitel 3.2.2 wurde bereits auf die Goldene Ära des Magazinjournalismus als treibende Kraft hinter dem Bedeutungsgewinn des Fotojournalismus hingewiesen. Lybarger zeichnet in ihrem Essay zur Zukunft des Fotojournalismus das Bild spannender visueller Erzählformen aus dieser Zeit, ehe Medien konventionellere Wege einschlugen.²⁶³ In der übrigen Literatur finden sich dafür ebenfalls Hinweise, aber auch eine Reihe an Gegenbeweisen, die nahelegen, dass es weniger an der Zeit als eher an den Entscheidungen einzelner Bildredakteur_innen sowie Medienmacher_innen liegen könnte, wie uns was auf einer visuellen Ebene in Medien erzählt wird. Die *New York Times* veröffentlichte mit *Bosnia: Uncertain Paths to Peace*²⁶⁴ 1996 einen Fotoessay, der den User_innen die narrativen Entscheidungen überließ: „Much like the journalist who arrives at the airport or train station, knowing neither which way to go nor what story to explore, visitors to the ‘Bosnia’ website were required to create their own journey by selecting images without knowing where they would lead. In contrast to a book or magazine, the website offered no way of quickly flipping forward to assess the path. Each click of the cursor would land the reader on a screen with new perspectives and unknown possibilities, leading somewhere else.“²⁶⁵ Die Geschichte entwickelt sich abhängig davon, welche Entscheidungen getroffen werden.

261 Mit dem Begriff ‚Bildstrecke‘ ist in dieser Arbeit gemeint, dass mehrere inhaltlich verbundene Bilder zu einem Thema in einem Medium veröffentlicht werden.

262 Vgl. Kobre und Brill, Photojournalism, S. 261.

263 Lybarger, Instagram, online.

264 Peress, Gilles: Bosnia: Uncertain Paths to Peace. Im Internet: <http://www.pixelpress.org/bosnia/index.html> (aufgerufen am 15.02.2019).

265 Ritchin, Bending the Frame, S. 123.

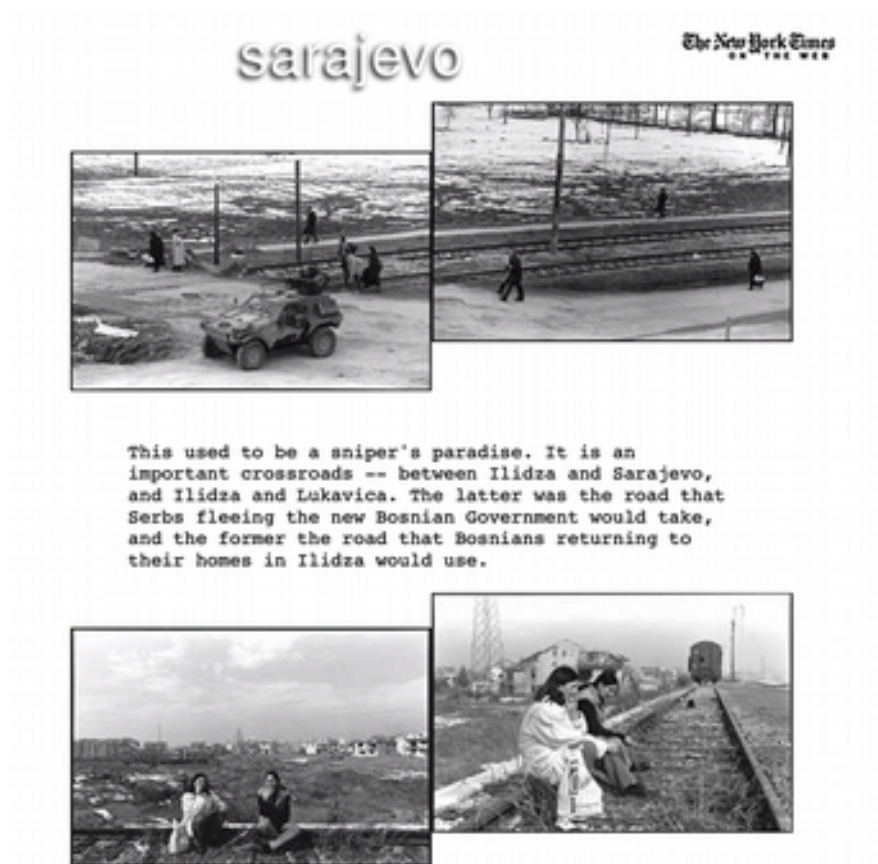


Bild 32: Screenshot des Fotoprojekts *Bosnia: Uncertain Paths to Peace* © Gilles Peress / New York Times

Zurückkommend auf die Bildauswahl der Bildredakteur_innen, bestätigen die Aussagen in den Expert_inneninterviews, dass die redaktionellen Entscheidungen auch entsprechend der bevorzugten Bildsprache des jeweiligen Mediums ausfallen. Im Prinzip erfolgt die Bildauswahl laut Rossig demzufolge nach den drei Kriterien ‚emotionaler Eindruck‘, ‚Aussage‘ und ‚Form‘.²⁶⁶ Als viertes Kriterium könnte in Bezug auf den Konstruktiven Journalismus noch ein Charakteristikum – das an dieser Stelle ‚narrative Position‘ genannt werden soll – aufgenommen werden. Die ‚narrative Position‘ ist dabei kein Ort, sondern steht als Merkmal für die Relevanz des Bildes für die Erzählung der Geschichte – nicht notwendigerweise in chronologischer Reihenfolge. Fotos müssten demnach eher als als form- und veränderbare Erzählbausteine betrachtet werden. Bei Ritchin wird nicht extra ein Begriff etabliert, aber er sieht dahingehend Ähnlichkeiten zum Umgang mit Bildmaterial im Kino. „Whereas cinema emphasizes sequence and editing and the concept of montage, photography has often been seen – including by photographers – as a collection of single images that can be presented in nearly any sequence, denying both the synergies that come from an

²⁶⁶ Rossig, Fotojournalismus, S. 179.

intensifying visual rhythm and a coherent narrative.“²⁶⁷ Seine Kritik bezieht sich vor allem auf die ‚lieblose‘ Aneinanderreihung von Bildern bei Fotoreportagen in Onlinemedien; es scheint, als ob das Potential durch ein einzelnes Bild Aufmerksamkeit zu erzeugen über die Erzählung gestellt würde. Parallel zur Narration kommt deshalb auch der Präsentation der Bilder eine wesentliche Rolle zu. Sie hilft unter anderem dabei, neue Kontexte zu etablieren.

5.2 Die meisten Bilder brauchen Worte – Kontextualisierung

Wie Bilder kontextualisiert werden, hängt auf Redaktionsseite unter anderem damit zusammen, welche Funktionen die Bilder erfüllen sollen.²⁶⁸ Die bereits im dritten Kapitel mehrfach erwähnte illustrierende Funktion steht den – im Fall des Konstruktiven Journalismus relevanteren – Funktionen ‚erklärend, emotiv, kommentierend und aktivierend‘ gegenüber. Die illustrierende Funktion ist jedoch laut Paul die vorherrschende Funktion im Bildermarkt des 21. Jahrhunderts. Er nennt diese Fotos „ort- und kontextlose Bilder“²⁶⁹. Mit ihnen erklärt er auch den Aufstieg der Stockfotografie und der bilderlosen Bilder²⁷⁰. Die Verwendung dieser Fotos kann auch als Zeichen der Rationalisierung der Medien gesehen werden. Außerdem sind sie wesentlich günstiger zu produzieren als etwa eine aufwändige Fotoreportage.²⁷¹ Kommt den verwendeten Bildern also nur eine illustrierende Rolle zu, lässt sich darauf schließen, dass wahrscheinlich auch andere Teile der Bildredaktion nachrangig behandelt werden – etwa die Bildunterschrift.²⁷² Abbildung 33 (nächste Seite) zeigt eine Bildunterschrift, wie sie im Kontext von Bildstrecken in Medien üblicherweise zu finden ist. Für mehr als eine kurze Beschreibung und gegebenenfalls die Beantwortung der W-Fragen ist in der Regel kein Platz. Im Gegensatz dazu zeigt sich in Abbildung 34, dass durch den ‚Blick hinter die Kulissen‘ eine zusätzliche Bedeutungsebene eröffnet wird, die die Leser_innen bei der Kontextualisierung unterstützt.

267 Ritchin, *Bending the Frame*, S. 59.

268 Vgl. Müller und Geise, *Grundlagen der visuellen Kommunikation*, S. 120-134.

269 Paul, *Das visuelle Zeitalter*, S. 701.

270 Bilderlose Bilder sind für Paul Bilder, die keine bildtypischen Eigenschaften mehr besitzen – genaue Orts- und Zeitangaben sind nicht möglich, die Bilder sind komplett entkontextualisiert.

271 Vgl. Paul, *Das visuelle Zeitalter*, S. 700-702.

272 Vgl. Ebda. S. 702. Und Kobre und Brill, *Photojournalism*, S. 150.



Bild 33: Aufnahme aus einer Fotostrecke von Zeit Online zu den Protesten rund um den umstrittenen Präsidenten Nicolás Maduro in Venezuela © Adriana Loureiro / Reuters



Bild 34: Aufnahme aus einer Fotostrecke von National Geographic zu Blumenhändlern in Kalkutta © Ken Hermann

In der Literatur sowie bei Organisationen wie *Reuters* oder der *National Press Photographer Association* ist man sich weitgehend darüber einig, dass der Wert von Bildunterschriften nicht hoch genug eingeschätzt werden kann. Lobinger sieht in ihr etwa einen wesentlichen Orientierungsrahmen für die Betrachter_innen von Fotos.²⁷³ Das lässt vermuten, dass der Bildunterschrift im Visuellen Konstruktiven Journalismus eine tragende Rolle zukommen müsste, gerade weil es in der Regel um komplexe und vielschichtige Geschichten geht. Diesbezüglich müsste man deswegen auch die Anforderungen an Bildunterschriften erweitern – bisher sind die Standards in der Branche eher niedrig angesetzt, wie zum Beispiel im *Handbook of Journalism* bei *Reuters* nachzulesen ist: „They generally consist of a single sentence but a second sentence should be added if additional context or explanation is required.“²⁷⁴ Einen gänzlich anderen Weg bei Bildunterschriften verfolgt die *New York Times* auf ihrem *Instagram*-Kanal. Die Redakteur_innen der *New York Times* nutzen die Möglichkeiten des Mediums auf neue Art und Weise; sie geben einen fundierten und umfangreichen Einblick in die gezeigte Bilderwelt und schaffen so Kontext – entgegen der bei *Instagram* üblichen kurzen und knappen Beschreibungstexte anderer Foto-Geschichten. Die Grenzen zwischen Bildunterschrift und Nachrichtentext verschwimmen allerdings – man könnte genau so gut argumentieren, dass diese langen Texte eigentlich eigenständige Artikel und nicht aufwändigere Bildunterschriften darstellen.



Bild 35: Fotoreportage auf dem Instagram-Kanal der New York Times von Amanda Lucier über Rancherinnen in den USA

273 Vgl. Lobinger, Visuelle Kommunikationsforschung, S. 113.

274 o.V., Reuters Ethik, online.

Die vermeintlich einfachste Möglichkeit, Kontext zu schaffen, besteht über den Nachrichtentext selbst. Obwohl ein Großteil der (konstruktiven) Nachrichten heute auch bebildert ist²⁷⁵ – Lough und McIntyre konnten das mit ihrer Studie bestätigen –, ergänzen sich Text und Bild nicht immer ideal. Im Gegenteil: Gerade weil Bild und Text nicht immer miteinander geplant und produziert werden, kann das – wie im Abschnitt zu Narration erwähnt – zu völlig gegensätzlichen Aussagen führen. Lough und McIntyre fanden in ihrer Studie auch heraus, dass Fotos meist ihre ganz eigene Bedeutung übertragen, nämlich durch „subject, composition and placement, both directly and indirectly.“²⁷⁶ Das kann soweit führen, dass die Bedeutung des Bildes jene des Textes komplett überschreibt. Beinhalten Bild und Text noch dazu widersprüchliche Aussagen, könnte das in manchen Fällen dazu führen, dass der konstruktive Ansatz des Beitrages überschrieben wird.²⁷⁷ Eine integrierte Herangehensweise bei der Produktion von Nachrichtenbeiträgen, scheint auch für die Fotograf_innen Ursula Röck und Tobias Kruse ein sinnvoller Lösungsansatz zu sein.²⁷⁸

Weitere Kontextualisierungsmöglichkeiten von Fotos liegen auf der Ebene zwischen Bild und Text. Sei es durch die Position und das Arrangement des Fotos im Artikel, durch das verwendete Format, oder durch zusätzliche Manipulations- sowie Bearbeitungsschritte. In der Analogfotografie ergibt sich noch eine weitere Möglichkeit durch den Kontaktabzug²⁷⁹.

275 Vgl. Lough und McIntyre, Visualizing the Solution, S. 11.

276 Ebda. S. 5.

277 Der Artikel 9.000.000 zeigt, was passiert, wenn die Bilder eine andere Bedeutung transportieren als der Text. Die Bilder eines Schlachthofs für Hühner konterkarieren die konstruktiven Ansätze des Artikels.

278 Vgl. Lough und McIntyre, Visualizing the Solution, S. 2-4. Und Röck, Interview (siehe Anhang 2).
Sowie Kruse, Interview (siehe Anhang 3).

279 Um einen Überblick über die vorhandenen Fotos auf einem entwickelten Film zu erhalten, wurde in Bildredaktionen zur Zeit der analogen Bilder ein Überblicksabzug erstellt, der alle Bilder eines Filmes auf einem A4-Bogen enthielt. Diese Kontaktabzüge wurden schließlich zur Beurteilung und Auswahl der Fotos sowie zur Kennzeichnung weiterer Bearbeitungsschritte verwendet.



Bild 37: Kontaktabzug eines öffentlichen Auftritts von Martin Luther King © Leonard Freed / Magnum Photos



Bild 38: Kontaktabzug ‚Der Mann vor dem Panzer‘ – die Zerschlagung der Studentenproteste am Platz des Himmlischen Friedens in China 1989 © Stuart Franklin / Magnum Photos

Diese Zusatzleistung scheint allerdings für Printmedien ungeeignet – wenig Platz und strenge Layoutvorgaben dürften die Möglichkeiten zu stark begrenzen. Im Gegensatz dazu bieten

Onlinemedien vielfältige Herangehensweisen. Nicht nur in Bezug auf Kontaktabzüge – die Hypertextualität und Interaktivität des World Wide Web ermöglichen völlig neue Zugänge. Deshalb wird dieser Bereich im folgenden Abschnitt gesondert behandelt.

5.3 Alles online – multimediales Storytelling

In der Auseinandersetzung mit der Ebene der digitalen Bild- und Medienwelten steht am Anfang die Frage: „Do and will new technologies enrich the context of images in the news stream, making them more open to contention, debate, and pluralistic dialogue?“²⁸⁰ Gross vermutet zwar, dass diese und weitere Fragen aktuell noch unter den Begriff ‚Science Fiction‘ fallen – schließlich sind es Fragen, die in ihren Annahmen stets vom aktuellen Stand der Technik und Wissenschaft ausgehen –, in diesem Kapitel wird sich aber anhand der Beispiele (Kapitel 5.3.1, 5.3.2 und 5.3.3) zeigen, dass es bereits konkrete Umsetzungsideen gibt. Gleichzeitig erweitern diese Ansätze den Kontextualisierungsspielraum von Bildern und könnten in Zukunft dadurch vermutlich auch den redaktionellen Zugang zum Visuellen Konstruktiven Journalismus prägen.

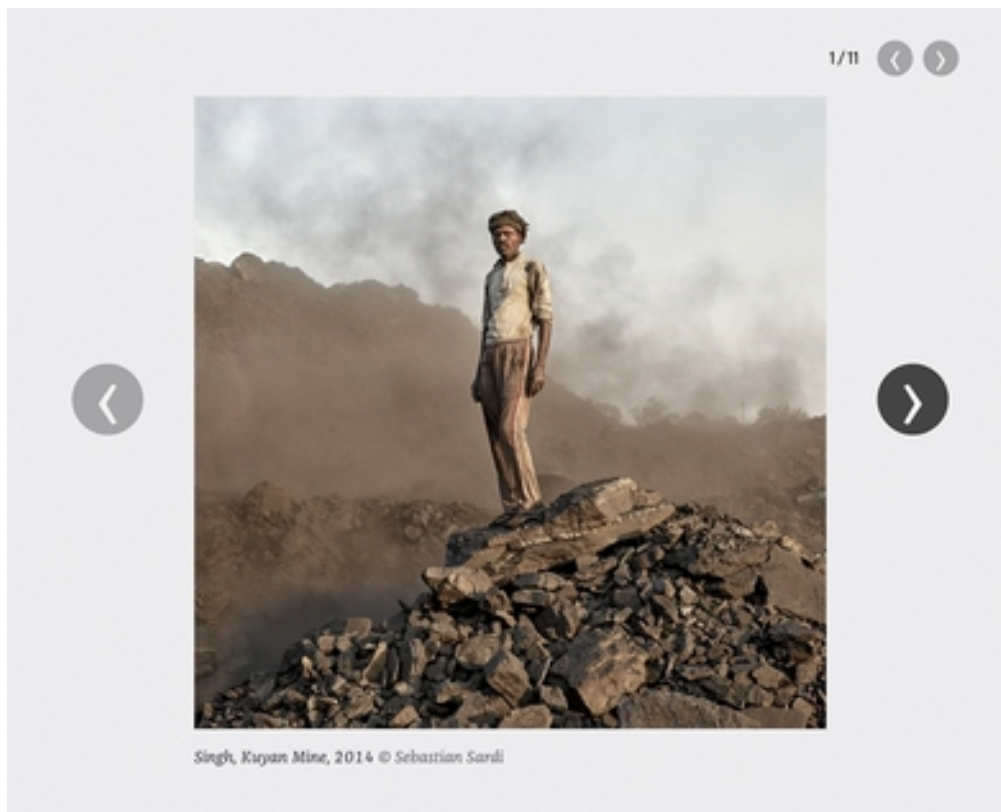
Aktuell, so Ritchin, sind die meisten Online-Bildstrecken bloß Diashows, in denen die eindrucksvollsten Bilder nach vorne gereiht werden, um die Betrachter_innen möglichst lange auf der Seite zu halten. Das Gegenteil könnte seiner Meinung nach so aussehen: „[...A] carefully laid-out sequence of larger and smaller pictures accorded a specific visual rhythm, advancing both a narrative and a point of view with an accompanying text“²⁸¹. Da die meisten Medien allerdings Content-Management-Systeme verwenden – die in der Regel eher auf die Publikation von Text ausgelegt sind –, kann davon ausgegangen werden, dass eine freie und flexible Umsetzung bei der Anordnung und Positionierung von Bildern so überhaupt noch nicht vorgesehen ist. In ihrem Journalismus-Report *Journalism That Stands Apart* weisen die Autor_innen der *New York Times* darauf hin, dass es neue Content-Management-Systeme braucht, die der wichtigen Stellung von Bildern Rechnung tragen..²⁸² Die Orientierung an mobilen Screens beim Medienkonsum dürfte aufgrund der geringeren Displaygrößen (und damit fehlender Flexibilität in der Darstellung) eher dazu führen, dass die Bilddarstellung auch weiterhin bei der klassischen Form der Diashow bleibt. Für die vorliegende Arbeit konnten zu diesen Annahmen allerdings keine relevanten Studien

280 Gross et al, Image Ethics, S. 5.

281 Ritchin, Where Do We Go, online.

282 Vgl. o.V.: Journalism That Stands Apart. Im Internet: <https://www.nytimes.com/projects/2020-report> (aufgerufen am 19.02.2019).

gefunden werden. Abbildung 39 zeigt das Beispiel einer üblichen Bildstrecke – im konkreten Fall von der Onlineausgabe der Wochenzeitung *Die Zeit*.



Kala Heera – schwarze Diamanten nennen die Minenarbeiter die Kohle,
die in der Region Jharia im indischen Bundesstaat Jharkhand abgebaut

Bild 39: Screenshot einer aktuellen Bildstrecke auf Zeit Online © Sebastian Sardi / Zeit Online

Die nächsten drei Abschnitte widmen sich möglichen Umsetzungsbeispielen, die vor allem im Onlinebereich so oder in ähnlicher Form Anwendung finden könnten. Die Beispiele orientieren sich an Überlegungen zur visuellen Narration und Kontextualisierung sowie an Vorschlägen aus der Literatur.

5.3.1 Ein Bild in mehreren Schichten

Wenn Bilder in Medien veröffentlicht werden, wurden sie von Bildredakteur_innen oder Grafiker_innen bereits bearbeitet und beschnitten (siehe Kapitel 3.1.2). Ellen Dietrich plädiert in einem Text zur Zukunft der Fotografie in der Wochenzeitung *Die Zeit* dafür, auch das von Fotograf_innen gelieferte Bildformat in der Redaktion zu übernehmen: „Das Originalbildformat zu

akzeptieren, wie es vom Fotografen geliefert wurde, wäre ein revolutionärer Schritt in die Zukunft. Und eine echte Herausforderung an die hohe Kunst des Layouts zur Sicherung der journalistischen Glaubwürdigkeit.“²⁸³ Nur das Originalbildformat zu veröffentlichen, scheint primär für Printmedien geeignet zu sein. Bei Onlinemedien könnten allerdings mehrere Informationsebenen verwendet werden, um sowohl das Originalbildformat wie auch bearbeitete und beschnittene Bilder zu veröffentlichen. Diese Bilder sollen hier als ‚mehrschichtige Fotos‘ bezeichnet werden.

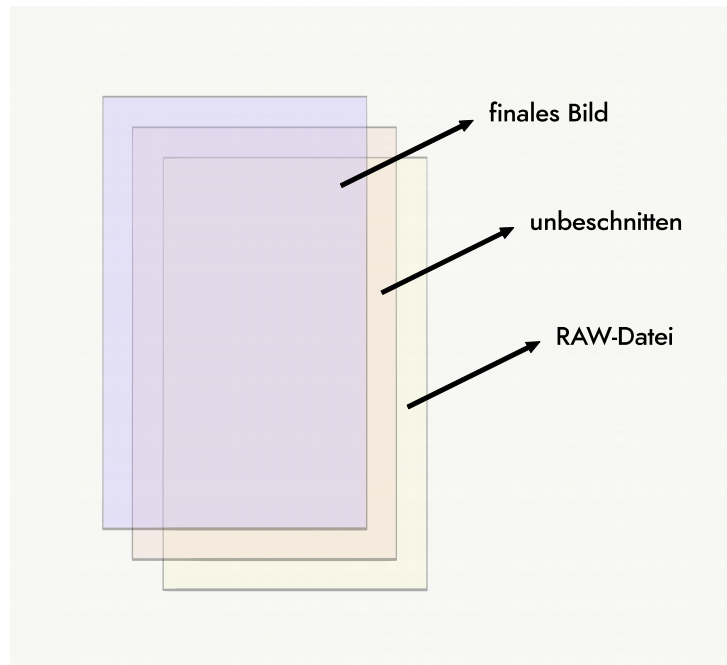


Abbildung 4: Schematische Darstellung eines ‚mehrschichtigen Fotos‘

Die Idee der mehrschichtigen Fotos sieht im Prinzip vor, dass jedes veröffentlichte Foto mehrere Schichten hat, die über unterschiedliche Gesten oder Aktionen sichtbar gemacht werden können. Die oberste Schicht wäre das Foto, wie es im Medium nach allen redaktionellen Schritten gezeigt wird. Auf der nächsten Schicht wäre das Foto in unbeschnittenem Zustand zu sehen. Damit können die Betrachter_innen nachvollziehen, wie sich die Bildaussage eventuell verändert hat. Die dritte und unterste Schicht wäre schließlich das Foto als RAW-Datei – der komplette Rohzustand der Bilddatei ohne Bearbeitung, ohne Beschnitt, direkt so, wie das Bild über den Sensor aufgenommen wurde. Zusätzlich zu den gespeicherten Metadaten der Kamera könnte damit die Nachvollziehbarkeit der Entstehung von Bildern wesentlich erhöht werden.²⁸⁴

283 Dietrich, Ellen: Bildredaktion: Wie wir das Sehen lernten. Im Internet: <https://www.zeit.de/2016/08/bildredaktion-zeit-fotografie/komplettansicht> (aufgerufen am 15.02.2019).

284 Inzwischen gibt es bereits konkrete Anwendungsbeispiele, die zeigen, dass der Blockchain-Technologie große Chancen in Bezug auf Echtheitsgarantie und Nachvollziehbarkeit bei Fotos zuzurechnen sind.

5.3.2 Four Corners

„One day, all images may contain within them embedded links that lead to further stories, images, and sounds. Visual objects within images may become links in themselves. Click on the face of a man standing by the side of a road watching earthquake victims being retrieved from the rubble and hear his interview in full; click on the rubble and read a story about builders accused of using beach sand in the concrete; another link provides background information on the journalists, their commentary about the image, why they were assigned to this story, their impressions about the shooting experience; and so on.“²⁸⁵

Larry Gross nimmt vorweg, was die Erfinder des *Four Corners* Projektes²⁸⁶ schließlich umgesetzt haben. Statt mehrere Bildebenen einzuführen, nutzen sie die Möglichkeiten der Kontextualisierung über Zusatzinformationen in verschiedenen Teilen des Bildes. Die Architektur des Internets begünstigt diese Entwicklung. Ritchin verweist bereits 2013 auf die Grundidee des späteren Projektes. Gemeinsam mit der Bildunterschrift könnten über die vier Ecken der Fotos zusätzliche Informationen bereit gestellt werden.²⁸⁷ Man kann sagen, dass das Projekt eine Art Erweiterung der Metadaten von Fotos anstrebt. Die schematische Darstellung in Abbildung 5 zeigt wie so ein Foto aussehen könnte.

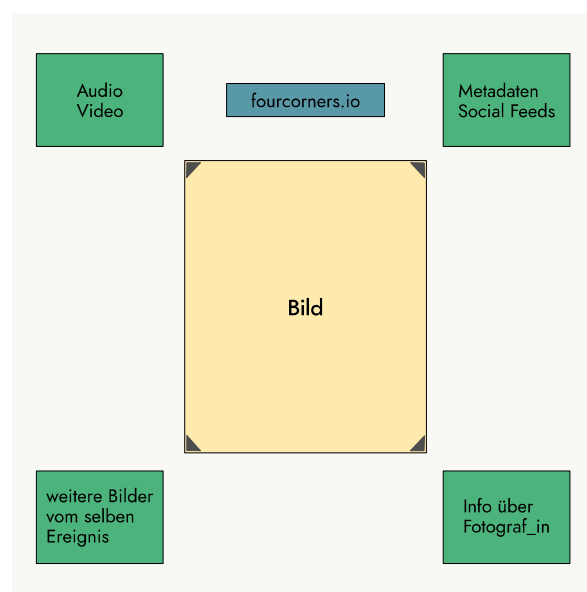


Abbildung 5: Schematische Darstellung eines Four Corners Bildes

²⁸⁵ Gross et al, Image Ethics, S. 20.

²⁸⁶ Das *Four Corners* Projekt wurde gemeinsam von Open Lab, World Press Photo, International Centre of Photography und EPSRC entwickelt. Siehe: <http://www.fourcorners.io>.

²⁸⁷ Vgl. Ritchin, Bending the Frame, S. 52f. Ritchin war über das International Centre of Photography auch an der Entwicklung des *Four Corners* Projektes beteiligt.

In der finalen Version des Projektes zeigt die rechte untere Ecke Copyright- und etwaige Creative-Commons-Angaben der jeweiligen Fotograf_innen. Die linke untere Ecke bietet zusätzliche Informationen zur Geschichte des Bildes – einerseits kann das die Geschichte zur Entstehung des Bildes sein, andererseits können auch Auszüge aus der entsprechenden Nachricht dargestellt werden. Die linke obere Ecke verweist auf weitere Bilder oder Videos, die zum gezeigten Foto gehören oder von anderen Quellen, die entsprechend zur Geschichte Bildmaterial veröffentlich haben, stammen. Die rechte obere Ecke ist schließlich für Links zu relevanten Websites sowie Social-Media-Kanälen vorbehalten. Die Betrachtung der Fotos wird um interaktive Elemente erweitert. Die folgenden Screenshots zeigen beispielhaft, wie so ein Foto aussehen könnte.



Bild 40: Four Corners Bild © Michael Schöppl



Bild 41: Four Corners Editor - rechte Ecke, weitere Links © Michael Schöppl

Bild 42: Four Corners Editor zur Erstellung von zusätzlichen Metadaten. © Michael Schöppel

5.3.3 Neue Titelseiten

Bildredaktion beinhaltet immer auch einer kuratierende Tätigkeit. „Newspaper page design takes into account many factors, including culture, designer control, or simple visual aesthetic. The selection and placement of a photo could be editorially-motivated, design-motivated, or just a matter of personal preference.“²⁸⁸ Der wichtigste Ort für die Auswahl und Präsentation der Fotos ist für Printzeitungen und -magazine die Titelseite. Mit dem Beginn des Online-Zeitalters verschwinden laut Ritchin die Titelseiten und damit auch die Vorschläge, wohin wir unseren Blick richten sollen.²⁸⁹ Das Kuratieren der Newsfeeds von Social-Media-Kanälen übernehmen Algorithmen, was dazu führt, dass das einzelne Bild (aber auch ganze Bildgeschichten) leichter untergeht, „particularly those images that require quieter, more prolonged contemplation. [...N]ow the online image is often just one of many shuffled elements vying for attention, the ensemble easily and quickly displaced with a single click.“²⁹⁰ Gemäß dieser Logik hätte die konstruktiv

288 Lough, Kyser und Mohammed, Shima: The Pictures in Our Pages: Intermedia Visual Agenda Setting between the Associated Press and US Newspapers. In: The Agenda Setting Journal, 2:1/2018. S. 25-40. S. 34f.

289 Vgl. Ritchin, Bending the Frame, S. 145. Und Lough und Mohammed, Visual Agenda Setting, S. 29.

290 Ritchin, Bending the Frame, S. 145f.

journalistische Fotoreportage eigentlich keinen Platz. Sie kann nur durch bewusste Entscheidungen bei Layout, Präsentation und Struktur von Medien und Nachrichtenseiten existieren. Ritchin schlägt schließlich eine neue Form des Kuratierens vor, wobei nicht Algorithmen sondern Expert_innen Vorschläge liefern, was es sich anzusehen lohnt. Im Prinzip ist diese Tätigkeit den ursprünglichen Aufgaben von Redaktionen also sehr ähnlich, beziehungsweise im Sinne der Gatekeeper-Theorie²⁹¹ das was Redakteur_innen in einem Medium tun. Die Zukunft könnte nach Ritchin und Gross wie folgt aussehen: „Such a portal will allow the news picture to become more detailed, complex, and contextual more cheaply than news pages, and will offer possibilities of escape from the minimalist trap in which most news pictures find themselves.“²⁹² Speziell kuratierte Projekte wie etwa *medium.com* konnten sich allerdings bis jetzt nicht maßgeblich durchsetzen – es ist unklar, ob das tatsächlich funktionieren würde oder ob das Kuratieren von Bildprojekten in Zukunft noch mehr von Algorithmen bestimmt sein wird.

Zusammenfassend betrachtet scheint die Arbeit von Bildredakteur_innen ein immenses Potenzial für den Visuellen Konstruktiven Journalismus in sich zu tragen. Bildredakteur_innen sind in einer mächtigen Position und entscheiden darüber, was im Sinne eines visuellen ‚Agenda Setting‘ relevant ist. Sie erzählen und kontextualisieren.²⁹³ Das funktioniert natürlich nur so lange, wie Bildredaktionen auch tatsächlich über die gezeigten Bilder entscheiden. Die Möglichkeiten der Narration und Kontextualisierung von Fotos sind vielfältig und könnten durch die Entwicklungen im Onlinebereich in neue Dimensionen vorstoßen – wohin, lassen die gezeigten Beispiele nur vermuten. Es hat sich außerdem gezeigt, dass die Art, wie Fotos präsentiert werden, mindestens ebenso wichtig ist wie der Entstehungsprozess. Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen in Bildredaktionen könnten helfen, Nachrichten im Sinne eines Visuellen Konstruktiven Journalismus zu produzieren, die Leser_innen stärker einzubinden und einen Beitrag zu einer ‚visual literacy‘ zu leisten.

291 Der Begriff wurde von Walter Lippmann geprägt. Er bezeichnet die Annahme, dass im Journalismus (meist) Personen dafür verantwortlich sind, was zur Nachricht beziehungsweise als für eine Veröffentlichung relevant erachtet wird.

292 Gross et al, *image ethics*, S. 22.

293 Vgl. Lough und Mohammed, *Visual Agenda Setting*, S. 28.

6. Ein Plan für den Visuellen Konstruktiven Journalismus – Konzept

„The beauty of photography is that it is a creative, interpretive process in which something about the world is visualized. The burden of photography is that its relationship with the world, especially when we think of it as a reflection of the world, is often in tension with its status as a creative interpretation. Finding ways to navigate this tension is one of the challenges for how we understand the purpose of photography, particularly when we are thinking about how photojournalism and documentary photography reports on the world.“²⁹⁴

In diesem abschließenden Kapitel soll anhand der erfolgten Überlegungen und der Analyse der Expert_inneninterviews eine Form der Praxis visuell konstruktiv journalistischen Handelns formuliert werden, die alltagstauglich ist und gleichzeitig als Modell für weitere theoretische Überlegungen dienen kann. Es geht dabei nicht darum, eine allgemeingültige Definition eines Visuellen Konstruktiven Journalismus zu formulieren, sondern eher darum, Voraussetzungen und Praktiken des Gelingens auszuloten.

6.1 Konzepte der fotografischen Praxis

In der Literatur wird Konstruktiver Journalismus auch als ein Set von Techniken²⁹⁵ betrachtet. Diese Techniken müssten für die Herstellung von visuell konstruktiven Nachrichtenbeiträgen ebenso gelten. Anhand der Ergebnisse aus Kapitel 4 und 5 können für die Umsetzung journalistischer Fotos mit einem konstruktiven Fokus folgende Anhaltspunkte formuliert werden:

- Zeit
- Kollaboration / Co-Creation
- Position
- Kuratieren
- Kontext

²⁹⁴ Good und Lowe, Understanding Photojournalism, S. 9.

²⁹⁵ Vgl. Meier, Wirkung Konstruktiver Journalismus, S. 7f.

Zeit: Komplexität und Qualität sind zwei Kriterien, die vor allem in Bezug auf Konstruktiven Journalismus in der Literatur immer wieder erwähnt werden und die unmittelbar mit einem dritten Faktor verknüpft sind: Zeit. Die Vorbereitung und Zusammenarbeit zwischen Fotograf_innen und Redakteur_innen, die fotografische Umsetzung vielschichtiger Geschichten sowie die Planung und Ausführung von komplexen visuellen Narrationen brauchen in der Regel Zeit. Das bedeutet nicht, dass jedes Bild durch einen aufwändigen Planungsprozess entstehen muss, aber wie auch die Expert_inneninterviews zeigen, liegt für die Fotojournalist_innen ein wesentlicher Grundstein gelungener Fotoreportagen oder Fotoessays im Faktor Zeit. Lough und McIntyre sehen in ihrer Studie dahingehend ebenfalls Hinweise.²⁹⁶ Interessant ist in diesem Zusammenhang auch der Umstand, dass ‚Zeit zu haben‘ in einer inzwischen sehr stark fragmentierten und auf Unmittelbarkeit und Live-Berichterstattung konzentrierten Medienbranche eher die Ausnahme zu sein scheint.

Kollaboration: Sowohl Veronique Mistiaen als auch die Fotograf_innen Ursula Röck, Kurt Prinz und Tobias Kruse bestätigen, dass Geschichten, die in Zusammenarbeit zwischen Redakteur_in und Fotograf_in erfolgt, in der Regel qualitativ deutlich gewinnen. Lough und McIntyre sehen außerdem einen direkten Vorteil in der Zusammenarbeit mit fest angestellten Fotograf_innen. Dies dürfte aber auch der Tatsache geschuldet sein, dass diese meist besser über eine Geschichte Bescheid wissen und in der Regel bereits früher involviert sind als Freelancer.²⁹⁷ Darüber hinaus gilt es, die Beziehung zwischen Fotograf_in und Fotografierten neu zu interpretieren. Im Sinne einer generativen Bildarbeit – wie sie Brandner vorschlägt – kann Fotografie „Wahrnehmungs-, Interaktions-, Dialog- und Reflexionsform“ werden.²⁹⁸ Die Fotografierten wechseln von einer passiven in eine aktive Rolle – genauso wie die Fotograf_innen von passiven Beobachter_innen zu aktiven Akteur_innen werden. Auch für die Rezipient_innen führt das im Idealfall zu einem aktiveren Handeln beim Betrachten von Bildern. Good und Lowe weisen in diesem Zusammenhang darauf hin, dass Fotografie für sie wesentlich mehr ist als eine ‚einfache Evidenzmaschine‘ und alle anderen beschriebenen Formen in sich trägt.²⁹⁹ Die Auflösung traditioneller Medienformen im Netz scheint diesen Vorgang zu beschleunigen. Neue journalistische Mischformen würden durch diese Art der Co-Creation³⁰⁰ möglich und hätten mit der einzigartigen Netzwerkarchitektur des Internets und den weitverbreiteten digitalen Technologien (zum Beispiel

296 Vgl. Lough und McIntyre, *Visualizing the Solution*, S. 13.

297 Vgl. ebda. S. 14f.

298 Vgl. Brandner, *Zwischen Menschen Bildern*, S. 1.

299 Vgl. Good und Lowe, *Photojournalism*, S. 155.

300 Vgl. Haagerup, *Constructive news*, S. 151.

Smartphones) eine solide Ausgangsbasis. Good und Lowe sprechen diesbezüglich von ‚fotografischer Interaktion‘, die als offener Text fungiert, „involving participation from the subject, photographer and the viewer to co-create the meaning of the work.“³⁰¹

Position: Position bedeutet in Bezug auf die Umsetzung journalistischer Fotos die Einnahme eines bestimmten Standpunktes, einer fotografischen Haltung, die sich nicht nur der Konstruktion des fotografischen Momentes bewusst ist, sondern auch der eigenen Rolle – in Good und Lowes Verständnis eine Rolle als Geschichtenerzähler_in, Advokat_in und Interpret_in.³⁰² Diese Rolle müsste in einem Visuellen Konstruktiven Journalismus auch beinhalten, Akteur_in zu sein, wie sich in Kapitel 4.2 hinsichtlich eines notwendigen Perspektivenwechsels der Fotograf_innen zeigte. „[...]S]omit ist es dann oft sehr schwer trennbar, wo nehme ich Einfluss auf die Geschichte und wo nicht, wenn ich mich da mitten reinstelle“³⁰³, erläutert die Fotografin Ursula Röck. Dadurch wird auch deutlich, dass der eigene Standpunkt unmittelbar vom Faktor Kollaboration und Co-Creation beeinflusst wird. Die fotografische Haltung beinhaltet darüber hinaus, ethische Entscheidungen zu treffen – auf Produktions- wie auch auf Redaktionsebene: ‚Was‘ zeige ich ‚wie‘ und ‚warum‘. Satam sowie Kobre und Brill vermuten, dass der ethische Diskurs zumeist auf einer technischen Ebene (Manipulation oder Fälschung) hängenbleibt, anstatt sich damit auseinanderzusetzen, wie es um das Thema Repräsentation, also die Darstellung von Protagonist_innen, bestellt ist.³⁰⁴ Ein Visueller Konstruktiver Journalismus versteht sich in seiner Funktion demnach eher als ‚ermächtigend‘ und ‚diskursiv‘.

Kuratieren: Ausgehend von den Erkenntnissen in Kapitel 4 und 5 ergeben sich für die Erstellung konstruktiver journalistischer Fotos zwei Arten des Kuratierens. Die erste betrifft die Entscheidung der Fotojournalist_innen, welche Fotos sie machen.³⁰⁵ Es herrscht im Großen und Ganzen Einigkeit darüber, dass diese Entscheidung immer ein bewusster Akt sein sollte und nicht von einem Zufallsprodukt ausgegangen werden sollte – das bestätigt sich auch in den durchgeführten Expert_inneninterviews.³⁰⁶ Fotografie als Akt des Kuratierens zu betrachten ermöglicht darüber hinaus, dass sich die Rolle von Fotojournalist_innen einer aktiv

301 Good und Lowe, Photojournalism, S. 58.

302 Vgl. ebda. S. 7f.

303 Röck, Interview (siehe Anhang 2).

304 Vgl. Kapitel 3.1.2 sowie Satam, Ethics of Seeing, online. Und Kobre und Brill, Photojournalism, S. 389.

305 Zur Auswahl, was wie fotografiert wird, siehe Kapitel 4.1.

306 Vgl. Kruse, Interview (siehe Anhang 3). Sowie allgemeiner bei: Good und Lowe, Photojournalism, S. 4-9. Und Rossig, Fotojournalismus, S. 11-29.

„manipulierenden“³⁰⁷ und damit kuratierenden Interpretation annähert.³⁰⁸ Die zweite Art des Kuratierens betrifft die redaktionelle Aufbereitung von Bildern und wurde in Kapitel 5 beschrieben. Die Arbeit von Bildredakteur_innen hinsichtlich einer idealtypischen Umsetzung durch Narration und Präsentation wurde für visuell konstruktive Geschichten als zentral identifiziert.

Kontext: Die Kontextualisierung von Fotos steht in unmittelbarem Zusammenhang mit der Position und dem Kuratieren. Wie sich gezeigt hat, entsteht Kontext anhand fotografischer³⁰⁹ sowie redaktioneller³¹⁰ Entscheidungen. Fotograf_innen kontextualisieren bereits bei der Aufnahme durch die Bildgestaltung sowie Motivwahl bewusst und unbewusst. Hinsichtlich der redaktionellen Entscheidungen kann mit Lobinger und Müller konstatiert werden, dass Bilder immer in multimodalen Kontexten existieren – Fotos sind nicht getrennt zu betrachten, sondern als komplexe Einheiten aus Bild und Text. Den größten Handlungsspielraum gibt es vermutlich auf redaktioneller Seite, wie die Beispiele in Kapitel 5 gezeigt haben.

Die Faktoren Zeit, Kollaboration, Position, Kuratieren und Kontext orientieren sich an den Ausführungen zum Konstruktiven Journalismus, wie er aus praxisbezogener Sicht bei Haagerup³¹¹ und Lough³¹² Erwähnung findet. Demzufolge wäre eine Umsetzung visuell konstruktiver Artikel idealtypisch auf beiden Ebenen (Herstellung sowie Redaktion) parallel sinnvoll; das Hauptaugenmerk der Fotograf_innen liege auf dem Zeigen; das der Redakteur_innen in der Narration und Kontextualisierung.

6.2 Konzepte aus den Expert_inneninterviews

Die vier Expert_inneninterviews wurden für diese Arbeit offen codiert³¹³. In mehreren Durchgängen sollten anhand der Codes Fragen der fotografischen Praxis hinsichtlich eines Visuellen Konstruktiven Journalismus erörtert werden. Über die Daten wurden schließlich folgende Konzepte/Cluster identifiziert:

- Fotografisches Handeln als Akt der Macht
- der Blick als narrativer Leitfaden

307 Unter Manipulation werden in diesem Zusammenhang nicht die Verfälschung, sondern die bewussten Entscheidungen bei Motivwahl und fotografischem Akt verstanden.

308 Vgl. Ritchin, *Bending the Frame*, S. 31-36.

309 Siehe Kapitel 4.1.2.

310 Siehe Kapitel 5.2.

311 Vgl. Haagerup, *Constructive News*.

312 Vgl. Lough und McIntyre, *Visualizing the Solution*.

313 Erklärungen zum Codiervorgang finden sich in Kapitel 1.4.

- die Rollen der Fotograf_innen

Das wiederkehrende Motiv der Macht zeigt sich in den Expert_inneninterviews anhand verschiedener Aussagen zu den Themen Ethik, Verhältnis von Täter und Opfer, Würde, Betroffenheit, Eingriff in persönliche Sphären und die Kamera als Waffe. Macht wird als etwas ‚bewusst Eingesetztes‘ gesehen, ein Spannungsfeld, in dem man sich als Fotograf_in zwangsläufig befindet, sobald man mit Menschen zu tun hat. Sie entsteht einerseits durch die Position, die eingenommen wird, andererseits durch das Kuratieren und Präsentation der Fotos. Die Augenzeug_innenschaft löst sich zu Gunsten einer Teilnahme am Geschehen und eines Austausches mit den Porträtierten auf. Gleichzeitig werden die Machtverhältnisse unter den gegebenen strukturellen und ökonomischen Zwängen als zum Teil unveränderbar akzeptiert.

Die Codes aus den Interviews legen nahe, dass das Fotografieren und das ‚Zeigen‘ unter anderem das Konzept von Blicken in sich trägt. Damit ist zum Beispiel der koloniale Blick im Sinne einer Machtausübung gemeint, Blicke als Vehikel für Emotionen oder Blicke als Anlass für einen Perspektivenwechsel. Diese Blicke sind offensichtliche oder versteckte Orientierung für Rezipient_innen, und die Fotograf_innen betonen die Absicht, die Rezipient_innen mit Fotos zum ‚Lesen‘ einzuladen und mit komplexen oder vielschichtigen Bildern zu konfrontieren: „Wenn das, was da passiert, Fragen offenlässt und nicht sofort Antworten liefert, dann ist das eigentlich schon recht viel, was ein Bild kann. [...] Ich muss einfach weitergucken, ich versuche das Bild zu dechiffrieren, aber es gelingt mir nicht und dann bleibt es hängen!“³¹⁴ In diesem Zusammenhang tauchen in den Interviews auch noch Themen wie Komplexität, Erwartungshaltungen und Voyeurismus auf.

Das aus den Codes entwickelte Konzept zu den Rollen von Fotograf_innen bezieht sich auf Fragen der Haltung und der persönlichen Perspektive. Wie sich in den Interviews gezeigt hat, gibt es ein klares (Selbst-)Bewusstsein über die eigene Rolle. Aussagen wie: „Ich [habe] einen leichten Hang zur Ästhetisierung“³¹⁵, „[...] Dass ich dem Publikum [...] klarmachen muss, dass da ein Erzähler ist“³¹⁶ und: „Ich bin Teil der Geschichte, immer“³¹⁷, unterstützen diese Annahme. Darüber hinaus herrscht Einigkeit über die subjektive Perspektive, aus der fotografiert wird. Das grundsätzliche Rollenverständnis wird mit bewusster ethischer Haltung, Transparenz und journalistischer Integrität begründet – in den Codes haben sich diesbezüglich aber auch

314 Kruse, Interview (siehe Anhang 3).

315 Prinz, Interview (siehe Anhang 4).

316 Kruse, Interview (siehe Anhang 3).

317 Röck, Interview (siehe Anhang 2).

Ambivalenzen gezeigt, vor allem betreffend Fragen nach Konstruktion und Inszenierung im Fotojournalismus.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Konzepte Aufschluss darüber geben, welche Thematiken bei der Fotografie in einem konstruktiven Rahmen relevant sein können. Die Antworten der befragten Fotograf_innen zeigten, dass Grundzüge visuell konstruktiven Fotografierens zum Berufsalltag gehören. Es scheint also weniger eine Frage des Bewusstseins/der Motivitation als eher eine Frage der Machbarkeit/Rahmenbedingungen zu sein. Um die fotografische Praxis diesbezüglich genauer zu untersuchen, bräuchte es für die Analyse ein größeres Sample an vorhandenen fotojournalistischen Beiträgen und der beteiligten Bildredaktionen. Dieser Gedanke wird im folgenden Resümee und Ausblick noch einmal aufgegriffen.

6.3 Resümee & Ausblick

Zu Beginn dieser Arbeit stand die Frage, ob es so etwas wie einen Visuellen Konstruktiven Journalismus gibt – und zwar nicht als abstrakte wissenschaftliche Definition, sondern als komplexes fotojournalistisches Betätigungsfeld –, denn, so die Vermutung, eine konstruktive journalistische Praxis würde nicht nur dem Fotojournalismus helfen, sondern der gesamten Medienbranche. Diese Vermutung verfestigte sich im Rahmen der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Konstruktivem Journalismus einerseits und durch die Expert_inneninterviews andererseits.

Das Ziel eines Konstruktiven Journalismus ist eine kritische Berichterstattung mit lösungsorientiertem Ausgang. Aber nicht alle Mediengattungen lassen das gleichermaßen zu. In seiner Idealform ist Konstruktiver Journalismus motivierend und bewegend. Man kann sagen, er versteht sich in seiner Rolle eher als Interpret und Anwalt, als als Beobachter und stummer Zeuge des Weltgeschehens. In einem vermeintlich noch komplexeren Spannungsfeld agiert der Fotojournalismus – die Bilder der Medien sind ein wichtiges Fenster zur Welt. Ihre Bedeutungsebene ist offener und die Notwendigkeit, präzise zu kontextualisieren, umso größer. Visueller Konstruktiver Journalismus versteht sich in diesem Zusammenhang als Konzept, das eine Reflexion über die Prozesse der Bildherstellung und Bildredaktion zulässt und gleichzeitig die Rezipient_innen dazu einlädt, Nachrichten und Bilder nicht einfach nur – durch den Feed scrollend – zu konsumieren. Auffallend ist, dass es aktuell noch sehr wenig wissenschaftlichen Diskurs gibt, der sich explizit mit der Ebene des Visuellen im Konstruktiven Journalismus beschäftigt. Die Forschungsfragen derer, die die visuelle Ebene berücksichtigen, beziehen sich primär auf das

Zusammenspiel von Bild und Text sowie darauf, welche Bilder in lösungsorientierten Geschichten verwendet werden. Die Frage, ob es eine visuell konstruktive Bildsprache gibt und wie diese aussehen könnte, wird aber nicht gestellt. Trotzdem ließ sich in der vorliegenden Arbeit eine Reihe an Beispielen identifizieren, die die aufgestellten Thesen unterstützen und teilweise zur Beantwortung der arbeitsleitenden Fragen beitragen. Die Beurteilung der Beispiele erfolgte allerdings anhand der in dieser Arbeit angestellten Überlegungen – für eine präzisere Beurteilung müsste ein Kategoriensystem und ein Analyseschema für die inhaltliche Evaluierung von Fotos etabliert werden. Auf Basis dieser Arbeit könnte dem in einem entsprechenden Forschungsvorhaben nachgegangen werden.

Die Frage nach einer konstruktiven Bildsprache beinhaltet mehrere – miteinander in Beziehung stehende – Ebenen: die Art des Fotografierens, ethische Entscheidungen beim Fotografieren und die Zielsetzung des Fotografierens. Vor allem durch ethische Fragestellungen tut sich ein weites Feld auf, in dessen Zusammenhang sich die fotografische Position und die Entscheidung, die Protagonist_innen als aktive Akteur_innen darzustellen, als zentral erwiesen haben. An die ethischen Überlegungen knüpfen auch redaktionelle Entscheidungen an. Das Kuratieren von Bildern sowie Kontextualisierung existieren nicht ohne einen kritischen Blick darauf, was gezeigt und wie manipuliert wird. Fotojournalist_innen und Bildredakteur_innen verstehen sich in ihrer Rolle deshalb als aktive Gestalter_innen.

Der vorliegenden Arbeit liegt eine gewisse definitorische Unschärfe zugrunde – das liegt vor allem daran, dass nicht geklärt ist ob sich die Definitionen des Konstruktiven Journalismus auf die visuelle Ebene der Nachrichtenproduktion umlegen lassen. Die vielen verschiedenen kursierenden Definitionen zum Konstruktiven Journalismus werden in der Literatur außerdem immer wieder als unpräzise kritisiert. Davon abgesehen ist bis zum jetzigen Zeitpunkt ungeklärt, ob diese Arbeit tatsächlich den ersten Versuch darstellt ein Konzept für einen Visuellen Konstruktiven Journalismus zu entwickeln. Auch wenn die analysierte Literatur diesen Schluss nahelegt, kann nicht ausgeschlossen werden, dass das an anderer Stelle (und mit völlig anderen Ergebnissen) bereits passiert ist. Ein kritischer Vergleich vorhandener Erkenntnisse wäre zu begrüßen.

Die Ergebnisse dieser Arbeit werfen ein Schlaglicht auf die Entwicklung des Fotojournalismus und bieten mit der Idee des Visuellen Konstruktiven Journalismus eine konzeptuelle Basis für eine Neubetrachtung von fotografischer und redaktioneller Praxis. Es zeigt sich, dass das assoziative Potenzial von Bildern und deren semantische Offenheit die Erzählung visuell konstruktiver

Geschichten ermöglicht. Gleichzeitig stärken die imaginative Kraft und Emotion von Bildern die Verbindung von Publikum und Fotograf_innen beziehungsweise von Publikum und Medien.

„Where do we go from here?“³¹⁸, fragt Ritchin in seinem gleichlautenden Text – was ist die konstruktive Vision des Fotojournalismus im 21. Jahrhundert? Diese Arbeit hat erste Schritte zur Beantwortung dieser Frage gesetzt, liefert aber natürlich kein vollständiges Bild. Für die Zukunft wären folgende drei, an die Erkenntnisse dieser Arbeit anschließende, Forschungsvorhaben lohnend: Erstens wäre eine Analyse einer ausreichend großen Anzahl visuell konstruktiver Nachrichtenbeiträge hinsichtlich ihrer Gestaltungskriterien denkbar. Die verwendeten Fotos müssten dabei einer umfassenden Bildanalyse unterzogen werden. Lough und McIntyre haben bereits Ansätze davon in ihrer Studie *Visualising the solution* realisiert. Zweitens wäre eine kritische Auseinandersetzung mit den Produktionsbedingungen auf Redaktionsebene hilfreich, um herauszufinden, wie visuell konstruktives Storytelling in die (bild-)redaktionelle Arbeit eingebunden werden kann. Drittens könnte der Bildbegriff allgemeiner gefasst werden und Elemente wie Infografiken oder auch Videos³¹⁹ hinsichtlich ihrer visuell konstruktiven Eigenschaften untersucht werden.

Visuell Konstruktiver Journalismus wird sich vermutlich in den nächsten Jahren über die Konzepte dieser Arbeit hinaus weiterentwickeln, schließlich wird unsere Welt immer stärker von Bildern geprägt. Es ist nur logisch, dass es konstruktive journalistische Formen des visuellen Storytellings braucht – wie schon der US-amerikanische Fotograf Lewis Hine festgestellt hat: „Wenn ich die Geschichte in Worten erzählen könnte, bräuchte ich keine Kamera herumzuschleppen.“³²⁰

318 Vgl. Ritchin, Where Do We Go, online.

319 Aktuell untersucht Petra Kovačević an der Universität Cardiff die narrativen Möglichkeiten von konstruktivem Journalismus im Reportage- und Kurzdokumentarbereich.

320 Die Aussage wird Lewis Hine zugeschrieben, es gibt allerdings keine genaue Quellenangabe.

Quellenverzeichnis

Gedruckte Quellen:

- Aberra, Nesima: Communicators for Change: Danielle Batist, Constructive Journalism Project. Im Internet: <https://medium.com/@nesimaaberra/communicators-for-change-danielle-batist-constructive-journalism-project-793cfb299557> (aufgerufen am 18.10.2018).
- Amend, Christoph: Die Quadratur der Welt. In: Zeit Magazin, 12.04.2018.
- Campbell, David: Why It's Time for Visual Journalism to Include a Solutions Focus. Im Internet: <https://witness.worldpressphoto.org/why-it-is-time-for-visual-journalism-to-include-a-solutions-focus-5be15aec3afc> (aufgerufen am 18.10.2018).
- Dahmen, Nicole: How to Do Better Visual Journalism for Solutions Stories. Im Internet: <http://mediashift.org/2017/11/visually-reporting-solutions-stories-newsrooms-classrooms> (aufgerufen am 07.02.2019).
- Dietrich, Ellen: Bildredaktion: Wie wir das Sehen lernten. Im Internet: <https://www.zeit.de/2016/08/bildredaktion-zeit-fotografie/komplettansicht> (aufgerufen am 15.02.2019).
- Fahrnberger, Helge: Die Zeitungen sind voller Foto-Propaganda von Kurz und Kern. Im Internet: <https://www.kobuk.at/2017/05/wie-die-presse-die-pr-bilder-von-kurz-und-kern-apportiert> (aufgerufen am 01.02.2019).
- Gottesman, Eric: Omar Imam: Humanitarian Surrealism. Im Internet: <http://hdl.handle.net/2027/spo.7977573.0006.206> (aufgerufen am 24.02.2019).
- Gyldensted, Cathrine: Innovating News Journalism through Positive Psychology. Pennsylvania 2011 (Dissertation).
- Haagerup, Ulrik: Constructive news: Warum „bad news“ die Medien zerstören und wie Journalisten mit einem völlig neuen Ansatz wieder Menschen berühren. Salzburg 2015.
- Halbmayer, Ernst und Salat, Jana: Offenes Kodieren. Im Internet: <https://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/qualitative/qualitative-119.html>. (eingesehen am 02.02.2019)
- Kittlitz, Alard von: Armut in Großbritannien: Harter Brexit. Im Internet: <https://www.zeit.de/zeit-magazin/2017/49/armut-grossbritannien-jaywick-brexit> (aufgerufen am 01.02.2019).
- Kruse, Tobias: Interview zu VKJ, 7. Dezember 2018 (siehe Anhang 3).
- Lybarger, Jeremy: Can Photojournalism Survive in the Instagram Era? Im Internet: <https://www.motherjones.com/media/2013/07/bending-the-frame-fred-ritch-in-photojournalism-instagram> (aufgerufen am 04.01.2019).
- McIntyre, Karen: Constructive Journalism: The Effects of Positive Emotions and Solution Information in News Stories. North Carolina 2015 (Dissertation).
- Mistiaen, Veronique: Interview zu VKJ, 27. November 2018 (siehe Anhang 1).
- Lydia Mitterbauer, Lydia und Schmid, Eva und Suck, Annika: 9.000.000. Im Internet: <https://datum.at/9-000-000> (aufgerufen am 02.02.2019).

- o.V.: A Brief Guide to Standards, Photoshop and Captions - Handbook of Journalism. Im Internet: http://handbook.reuters.com/index.php?title=A_Brief_Guide_to_Standards%2C_Photoshop_and_Captions. (aufgerufen am 04.11.2018).
- o.V.: Code of Ethics. Im Internet: <https://nppa.org/code-ethics> (aufgerufen am 27.01.2019).
- o.V.: Constructive Journalism Project. Im Internet: <https://www.constructivejournalism.org> (eingesehen am 18.10.2018).
- o.V.: Fixes. Im Internet: <https://www.nytimes.com/column/fixes> (eingesehen am 30.12.2018).
- o.V.: Journalism That Stands Apart. Im Internet: <https://www.nytimes.com/projects/2020-report> (aufgerufen am 19.02.2019).
- o.V.: Perspective Daily. Im Internet: <https://perspective-daily.de> (eingesehen am 18.01.2019).
- o.V.: Solutions Journalism Network. Im Internet: <https://www.solutionsjournalism.org> (eingesehen am 30.12.2018).
- o.V.: World Press Photo. Im Internet: <https://www.worldpressphoto.org> (aufgerufen am 12.01.2019).
- Ozbilici, Burhan: Witness to an assassination: AP photographer captures attack. Im Internet: <https://apnews.com/eadca282d5d341a79bb464bbadc4fa11> (aufgerufen am 15.02.2019).
- Parkinson, Hannah: Trump, Merkel, Macron: The G7 Photos Worth a Thousand Words. Im Internet: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/11/merkel-macron-g7-photos-social-media-trump> (aufgerufen am 30.01.2019).
- Peress, Gilles: Bosnia: Uncertain Paths to Peace. Im Internet: <http://www.pixelpress.org/bosnia/index.html> (aufgerufen am 15.02.2019).
- Pooley, Eric: Grins, Gore and Video. In: New York Magazine, 9. Oktober 1989.
- Prinz, Kurt. Interview zu VKJ, 8. Jänner 2019 (siehe Anhang 4).
- Ritchin, Fred: Where Do We Go from Here? Im Internet: <https://witness.worldpressphoto.org/where-do-we-go-from-here-8cf1131e23db> (aufgerufen am 09.11.2018).
- Röck, Ursula. Interview zu VKJ, 8. Jänner 2019 (siehe Anhang 2).
- Satam, Neeta: The ethics of seeing. Im Internet: <https://medium.com/re-picture/the-ethics-of-seeing-ac3f77e76bbb> (aufgerufen am 17.12.2018).
- Seiser, Pia: Konstruktiver Journalismus in Österreich: Chance oder Hype?. Wien 2017 (Masterarbeit).
- Villasana, Danielle: Truth-Telling: Exploring problems and possible solutions in the media industry. Im Internet: <https://medium.com/re-picture/truth-telling-exploring-problems-and-possible-solutions-in-the-media-industry-efef7fc3560a> (aufgerufen am 03.02.2019).
- Vollmuth, Hannes: Klick! In: Süddeutsche Zeitung, 5. Jänner 2018.

Literaturverzeichnis

- Aitamurto, Tanja und Varma, Anita: The Constructive Role of Journalism: Contentious Metadiscourse on Constructive Journalism and Solutions Journalism. In: Journalism Practice 12, 6/2018. S. 695-713.
- Barthes, Roland: Die helle Kammer: Bemerkung zur Photographie. 2. durchges. Auflage, Frankfurt am Main 1986.
- Brandner, Vera: Zwischen Menschen Bildern und Menschen. Ambivalente Beziehungen und alternative Praxis im fotografischen Spannungsfeld. In: Images in Conflict – Bilder im Konflikt. Hg. v. Karen Fromm, et al, 1. Auflage Kromsdorf/Weimar 2018. S. 468-488.
- Bro, Peter: Constructive Journalism: Proponents, Precedents, and Principles. In: Journalism, 1–16/2018.
- Büllesbach, Alfred: Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus. In: Global, lokal, digital - Fotojournalismus heute. 2008, S. 108-136.
- Coleman, Renita: Framing the Pictures in Our Heads: Exploring the Framing and Agenda-Setting Effects of Visual Images. In: Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives. Hg. v. Paul D'Angelo und Jim Kuypers, 1. Aufl. New York 2009. S. 233-61.
- Curry, Alex; Stroud, Natalie und McGregor, Shannon: Solutions Journalism And News Engagement, 2016.
- Donnachie, Karen: Selfies, #ich: Augenblicke der Authentizität. 2015.
- Good, Jennifer und Lowe, Paul: Understanding Photojournalism. London 2017.
- Liesbeth Hermans, Lisbeth und Drok, Nico: Placing Constructive Journalism in Context. In: Journalism Practice 12, 6/2018. S. 679-694.
- Image ethics in the digital age. Hg. v. Larry Gross [u.a.], Minneapolis 2003.
- Handbuch Journalismus und Medien. Praktischer Journalismus. Hg. v. Siegfried Weischenberg [u.a.]. Konstanz 2005.
- Hermans, Lisbeth und Gyldensted, Cathrine: Elements of Constructive Journalism: Characteristics, Practical Application and Audience Valuation. In: Journalism, 1–17/2018.
- Kobre, Kenneth und Brill, Betsy: Photojournalism: The Professionals' Approach. 6. Auflage, Amsterdam 2008.
- Kramp, Leif und Loosen, Wiebke: The Transformation of Journalism: From Changing Newsroom Cultures to a New Communicative Orientation? In: Communicative Figurations, 2018. S. 205-239.
- Lobinger, Katharina: Visuelle Kommunikationsforschung: Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2012.
- Lough, Kyser und McIntyre, Karen: Visualizing the Solution: An Analysis of the Images That Accompany Solutions-Oriented News Stories. In: Journalism, 25.04.2018.

- Lough, Kyser und Mohammed, Shimaa: The Pictures in Our Pages: Intermedia Visual Agenda Setting between the Associated Press and US Newspapers. In: The Agenda Setting Journal, 2:1/2018. S. 25-40.
- McIntyre, Karen: Solutions Journalism: The Effects of Including Solution Information in News Stories about Social Problems. In: Journalism Practice, 13/2019. S. 1-19.
- McIntyre, Karen und Gyldensted, Cathrine: Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production. In: The Journal of Media Innovations, 4.2/2017.
- McIntyre, Karen und Lough, Kyser und Manzanares, Keyris: Solutions in the Shadows: The Effects of Photo and Text Congruency in Solutions Journalism News Stories. In: Journalism & Mass Communication Quarterly 95, 4/2018. S. 971-989.
- Meier, Klaus: Wie wirkt Konstruktiver Journalismus? In: Journalistik. Zeitschrift für Journalismusforschung, 1/2018. S. 4-25.
- Müller, Marion und Geise, Stephanie: Grundlagen der visuellen Kommunikation. 2. völlig überarbeitete Auflage, Konstanz 2015.
- Newton, Julianne: The Burden of Visual Truth: The Role of Photojournalism in Mediating Reality. Mahwah 2001.
- Paul, Gerhard: Das visuelle Zeitalter: Punkt und Pixel. In: Visual history : Bilder und Bildpraxen in der Geschichte. Band 1, Göttingen 2016.
- Ritchin, Fred: Bending the Frame: Photojournalism, Documentary, and the Citizen. New York 2013.
- Rossig, Julian: Fotojournalismus, 2. überarb. Aufl, Konstanz 2007.
- Was ist ein Bild? Hg. v. Boehm, Gottfried, 4. Auflage, München 2006.
- Wheeler, Tom: Phototruth or Photofiction? Ethics and Media Imagery in the Digital Age. Mahwah 2002.

Abbildungsverzeichnis

Bild 1: Carl Gustav Carus - Balkon in Neapel. Im Internet: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Carl_Gustav_Carus_-_Balkon_in_Neapel_-_Google_Art_Project.jpg (aufgerufen am 12.03.2019).....	28
Bild 2: Demonstration für den Oppositionsführer Ayatollah Kazem Shariatmadari. Im Internet: https://www.1stdibs.com/art/photography/black-white-photography/gilles-peress-pro-sharvatmadari/id-a_3308773/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	31
Bild 3: Pietà. Im Internet: https://de.wikipedia.org/wiki/Pietà#/media/File:Michelangelo%27s_Pieta_5450.jpg (aufgerufen am 12.03.2019).....	33
Bild 4: Zeitzeugin wider Willen. Im Internet: https://www.faz.net/aktuell/tod-von-benno-ohnesorg-zeitzeugin-wider-willen-15043287.html (aufgerufen am 12.03.2019).....	34
Bild 5: Gewinner World Press Photo Award 2018. Im Internet: https://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2018/28833/1/2018-ronaldo-schmidt-poy-winner-(1) (aufgerufen am 12.03.2019).....	39
Bild 6: Datum Reportage 9.000.000. Im Internet: https://datum.at/9-000-000/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	41
Bild 7: Bosnia: Uncertain Paths to Peace. Im Internet: http://www.pixelpress.org/bosnia/main_menu (aufgerufen am 12.03.2019).....	44
Bild 8: Trump at G7: How Photos of the Same Scene Can Tell Different Stories. Im Internet: https://petapixel.com/2018/06/11/trump-at-g7-how-photos-of-the-same-scene-can-tell-different-stories/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	58
Bild 9: Trump at G7: How Photos of the Same Scene Can Tell Different Stories. Im Internet: https://petapixel.com/2018/06/11/trump-at-g7-how-photos-of-the-same-scene-can-tell-different-stories/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	59
Bild 10: Trump at G7: How Photos of the Same Scene Can Tell Different Stories. Im Internet: https://petapixel.com/2018/06/11/trump-at-g7-how-photos-of-the-same-scene-can-tell-different-stories/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	59
Bild 11: Trump at G7: How Photos of the Same Scene Can Tell Different Stories. Im Internet: https://petapixel.com/2018/06/11/trump-at-g7-how-photos-of-the-same-scene-can-tell-different-stories/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	60
Bild 12: Zur Verfügung gestellt von Tobias Kruse.....	64
Bild 13: Zur Verfügung gestellt von Tobias Kruse.....	65
Bild 14: Datum Reportage 9.000.000. Im Internet: https://datum.at/9-000-000/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	67
Bild 15: Grannies strike back. Im Internet: https://nikitateriyoshin.com/grannies-strike-back (aufgerufen am 12.03.2019).....	69
Bild 16: Grannies strike back. Im Internet: https://nikitateriyoshin.com/grannies-strike-back (aufgerufen am 12.03.2019).....	69
Bild 17: Grannies strike back. Im Internet: https://nikitateriyoshin.com/grannies-strike-back (aufgerufen am 12.03.2019).....	69
Bild 18: Grannies strike back. Im Internet: https://nikitateriyoshin.com/grannies-strike-back (aufgerufen am 12.03.2019).....	70
Bild 19: Jan Grarup. Im Internet: https://jangrarup.photoshelter.com (aufgerufen am 12.03.2019).....	72
Bild 20: Jan Grarup. Im Internet: https://jangrarup.photoshelter.com (aufgerufen am 12.03.2019).....	72
Bild 21: Jan Grarup. Im Internet: https://jangrarup.photoshelter.com (aufgerufen am 12.03.2019).....	73
Bild 22: Projekt Refugee Dreams. Im Internet: http://www.omarimam.com (aufgerufen am 12.03.2019).....	74
Bild 23: Soldier's Stories. Im Internet: http://jenniferkarady.com/soldier_stories9.html (aufgerufen am 12.03.2019)....	75
Bild 24: Zur Verfügung gestellt von Bieke Depoorter.....	77
Bild 25: Zur Verfügung gestellt von Bieke Depoorter.....	78
Bild 26: Zur Verfügung gestellt von Bieke Depoorter.....	78

Bild 27: Zur Verfügung gestellt von ipsum.....	79
Bild 28: Zur Verfügung gestellt von ipsum.....	80
Bild 29: Photojournalism behind the Scenes. Im Internet: http://www.rubensalvadori.com/index.php/project/photojournalism-behind-the-scenes/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	80
Bild 30: Photojournalism behind the Scenes. Im Internet: http://www.rubensalvadori.com/index.php/project/photojournalism-behind-the-scenes/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	81
Bild 31: World Press Photo Award Sieger 2017. Im Internet: https://apnews.com/eadca282d5d341a79bb464bbadc4fa11 (aufgerufen am 12.03.2019).....	85
Bild 32: Bosnia: Uncertain Paths to Peace. Im Internet: http://www.pixelpress.org/bosnia/main_menu (aufgerufen am 12.03.2019).....	87
Bild 33: Zeit Online. Im Internet: https://www.zeit.de/politik/ausland/2019-02/venezuela-caracas-proteste-demos-juan-gaido-nicolas-maduro-fs-2 (aufgerufen am 12.03.2019).....	89
Bild 34: In a Kolkata Market, the Flower Men Wear Their Wares. Im Internet: https://www.nationalgeographic.com/magazine/2017/05/flower-men-market-kolkata-india/ (aufgerufen am 12.03.2019).....	89
Bild 35: Rancherinnen. Im Internet: https://www.instagram.com/p/BsgDybSFgjo (aufgerufen am 12.03.2019).....	90
Bild 36: O'Hagan, Sean: Contact sheets: where the magic and chaos of photographs comes alive. Im Internet: https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/sep/02/contact-sheets-magnum-photography-magic-chaos#img-4 (aufgerufen am 12.03.2019).....	92
Bild 37: O'Hagan, Sean: Contact sheets: where the magic and chaos of photographs comes alive. Im Internet: https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/sep/02/contact-sheets-magnum-photography-magic-chaos#img-4 (aufgerufen am 12.03.2019).....	93
Bild 38: O'Hagan, Sean: Contact sheets: where the magic and chaos of photographs comes alive. Im Internet: https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/sep/02/contact-sheets-magnum-photography-magic-chaos#img-4 (aufgerufen am 12.03.2019).....	93
Bild 39: Zeit Online. Im Internet: https://www.zeit.de/wirtschaft/2019-02/black-diamond-sebastian-sardi-kohleabbau-fs (aufgerufen am 12.03.2019).....	95
Bild 40: Eigenkreation.....	98
Bild 41: Eigenkreation.....	98
Bild 42: Eigenkreation.....	99

Grafikverzeichnis

Abbildung 1: Grafik gestaltet nach: Hermans, Lisbeth und Gyldensted, Cathrine: Elements of Constructive Journalism: Characteristics, Practical Application and Audience Valuation. In: Journalism, 1–17/2018. S. 4f.....	17
Abbildung 2: McIntyre, Karen und Gyldensted, Cathrine: Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production. In: The Journal of Media Innovations, 4.2/2017. S. 24.....	20
Abbildung 3: Vgl. Kobre, Kenneth und Brill, Betsy: Photojournalism: The Professionals' Approach. 6. Auflage, Amsterdam 2008. S. 130-133.....	62
Abbildung 4: Schematische Darstellung eines ‚mehrschichtigen Fotos‘	96
Abbildung 5: Schematische Darstellung eines Four Corners Bildes.....	97

Anhang

Anhang 1 – Interview Veronique Mistiaen	S. 118
Anhang 2 – Interview Ursula Röck	S. 122
Anhang 3 – Tobias Kruse	S. 130
Anhang 4 – Interview Kurt Prinz	S. 137

Anhang 1 – Interview Veronique Mistiaen

Datum: 27.11.2018

Telefoninterview via Skype. Unredigierte Originaltranskription.

Infos zur Person: Veronique Mistiaen ist eine preisgekrönte Journalistin und Pulitzer-Preisträgerin, die in den letzten 25 Jahren als Redakteurin, Auslandskorrespondentin und Reporterin für führende Medienunternehmen in Großbritannien und auch international gearbeitet hat. Sie ist Dozentin an Universitäten und leitet Schulungen zu journalistischen Fähigkeiten, konstruktivem Journalismus und Berichterstattung über Diversität in Bereichen ethnischer und religiöser Spannungen.

MS: Could you explain to me what you do at the CJ Project?

V: So it's a small organisation that formed five or six years ago. We are only four people. There is the publisher of positive news, Jean, and then there is Danielle who just moved to Holland. Jody, she's an academic, she does research in the psychology of negative news and I'm a journalist, I'm mostly doing my work as a freelance journalist, as well as a lecturer and I do trainings on CJ in the UK and internationally. So we all have a kind of different role within the organisation. Danielle, Jean and I will do trainings, Jody speaks at conferences.

MS: Do you think there is a focus on „how to write the story“ but not how to show the story?

V: It's interesting that you say this, because I feel that in one way the movement started because Journalists were maybe focussing a little bit too much on innovative ways how to tell stories and not on the content. So we felt that it was great to find creative ways, visual ways to tell stories, but the journalist should examine the content of all stories as well as the ways to tell it and that's why it's many different people all over the world pretty much at the same time. We thought it was important to look at the type of stories that we were putting out there because we thought that they were not really representing the world out there and that they may not actually serve democracy and they may have had a negative impact in the way that it would disengage people. But maybe then you are right, maybe we focussed too much on the content and not enough on the delivery and creative ways to tell stories. So I think you may have a point there. I think it's going to come. I think we first focussed on content and maybe now on the visual part as well. But I guess it depends. With CJ, it's not a monolithic organisation, it's not even an organisation. It's something that's growing and everybody has a different way to do it and a different definition. If you look at what The Correspondent for example does in Holland, it's quite interactive the way they work with their audience.

MS: I try to find analogies between the storytelling and the visual part of CJ.

V: Well, actually when I do my work I try to look for visual examples as well because I think many people can understand it better when they can see it visually. There are actually really interesting works. There is a Danish photographer, he is a war photographer, called Jan Garup I have to look for the name ... and I can show you the photos I showed in the workshop. He is a war photographer, he did all the major conflicts and then he decided people need some hope too. If you just show images of devastation and suffering people turn away. He did, the one I've seen that I really like, after the Haiti earthquake, instead of just showing the devastation which he had photographed, he had a photo with a really beautiful tall pregnant woman, walking among the devastation. So he showed the same story but from a different angle. And there was hope. The other one was in Kashmir, also after the earthquake, it was a makeshift hospital and he was at the hospital

photographing people hurt and injured and he got in front of a little girl who has all her limbs in plasters, all four of them. So she's really injured, but she has a cheeky grin on her face and looks so funny and great. And he said he knew that he had the photo that people would relate to, because it showed the devastation but also something else and it would make people smile and want to help her. And if you look at the way charities, NGOs use photos. They do that, they try to show something more hopeful.

MS: When you're doing your own stories and you might also work with photographers on assignment – what photos do you use and how do you choose them? How do you balance it in the aspects of CJ?

V: The photo editor is the one really choosing which photos they are going to use, but I work closely with the photographers on stories and we discuss a lot and we both know exactly what we are going to have. It's the same visually as with words – you try to show the extent of the problem or the human rights abuse or the amount of the devastation but not showing people as victims. And to me that's one thing why I really want to do CJ. So if you do a story of homeless people you would never ask the photographer to take a photo from high up of a homeless person laying on the floor for example but to be at least at the same level as the person. To try to show dignity, to try to show resilience. Most people, even if they've been through something terrible, they are still the survivors, they are resilient, they are fighting. So it's unfair to show just the suffering, to reduce them to just their situation and what's happening to them because they are whole human being behind this. So in taking the photos it's important to try to tell more than just the terrible things that happen to them, but to show something of the whole person behind it.

Then I really like photographers who work with the light. Just with the type of light you use you can change the atmosphere of something. So there are many different ways to do this.

MS: Do you think that it's harder to make pictures that follow the principles of CJ?

V: It's think it's the same like in print, it takes a bit more time. It might not be harder technically but it takes more time. It's easier you know to take the pictures of the homeless people that people expect to see. ... You have to take more time. Maybe you have to sit with that person for a while and you have to be possibly more creative. I think CJ is going a step further really whether you take a photo or you do a print story.

MS: You mean going further in the way you approach a story and try to balance the point of view, etc.?

V: I think you try to give a bit more context, than in a simple story. You go a bit deeper. You don't focus just on the victim or the negative aspect, you try to see the whole picture. You don't have to involve yourself in the story necessarily but usually it takes a bit more time to get to know your sources, takes a bit more time to see the whole picture and not just one narrow angle.

MS: I'm also interested in the reception point of view regarding CJ – do you think you have to have that in mind too?

V: It depends on the type of story. You don't apply those principles on any kind of story but if it's well done, it has a much bigger impact. I can see that with some of the stories I've been doing. Those which got a lot of responses of people pledging money and things like this on constructive stories. The thing that the war photographer said is that: You have to give them a way to show them that something could be different. And you engage much better if you have some hope, if you're moving towards something instead of just sitting there being hit on the head with how horrible everything is.

MS: Is this kind of audience engagement something that media companies really have in mind right now? Because to me it feels more or less that it's about news producing and getting the story online and stuff like that. It's a very interesting perspective that with CJ you also think about what happens to the audience and how are they affected by it.

V: Yes, and that's what really is the origin of CJ. All the stories have such a negative impact on the audience and you could always say you have to present what's there but it also shows that the audience disengages. Now with the crisis in journalism when newspapers and websites are struggling to keep readers and to keep afloat financially, even hardcore editors – who thought it was kind of fluffy to try to think about that – have to reconsider, because they want to keep their audience. If what we've been doing for decades before is actually losing us audiences, people don't want to read, watch, engage anymore, in a way they don't want to have anything to do with it. And when you see the refugee crisis and climate change, Brexit and Trump, it's really important to have people who care and want to do something and are engaged. And many studies have shown that people engage better if you have a constructive element in your story.

MS: Maybe it's a kind of extra purpose media could serve in the future.

V: Well I think that's kind of changing too, because before I guess journalism didn't see that its role was to possibly, well they thought their role was keep power to account and to be a watchdog, but maybe it's to have a positive impact on society or to change things. More journalists feel that it's actually part of their job to do that. But also in terms of engaging your readers, so yes there is a lot of thought about the impact of stories and that has been, you know there is a lot of academic work on this. So many media organisations try to find ways to engage their audience. Audiences like to be a bit more part of it than they used to.

MS: What would you say are the two most limiting factors when it comes to producing constructive news stories.

V: I've just done written stories and a little bit of multimedia. I don't know, you should speak with someone who has a little bit more visual experience...

MS: But what is your personal experience when it comes to producing those CJ stories?

V: CJ to me is not a different type of journalism. It's just some tools. Those tools I don't use for all the stories – it really depends and I would be, I wouldn't like if an editor told me to do all my stories in that way for example. So you have to decide if it makes sense or not. And also I think we should be careful not to do, it's different from feel good stories, it's different from just good stories and we should be careful not to do that because we would limit journalism the other way and it wouldn't be better than the negative one. ... Another aspect, and I don't know how visually you could do something with this, but to me it's very important, it's also trying to depolarize the news, when you see what's happening at least in the US and in England, it's so polarized. And journalists, the way that we've been trained to see the news and to interview people, we make it worse. We kind of like conflict, it's good copy. And so it's a different way to ask questions and to try to see if there could be a compromise that you could understand the other's point of view. Again I think that's harder to do visually I guess. But it could be really interesting, actually I'd love to see what you come up with.

MS: I don't think it's possible to show the whole range with just one picture.

V: I would say that's true with any story!

MS: True. But that's not how the media works right now. There is just one picture and then there is the written story.

V: Just one photo says a lot actually.

MS: With online stories it should be easier than with print media.

V: It would be good to show the whole range of the story, also the horrible parts and not just the constructive photo.

Anhang 2 – Interview Ursula Röck

Datum: 08.01.2019

Persönliches Interview. Unredigierte Originaltranskription.

Infos zur Person: Ursula Röck wurde in Linz, Oberösterreich geboren. Aufgrund ihres Kunstinteresses besuchte sie die Kunstgewerbeschule in Linz und studierte anschließend „Fotografie und audiovisuelle Medien“ an der Graphischen Lehr- und Versuchsanstalt in Wien. Nach gestalterischen Jahren als Fotoassistentin bei renommierten österreichischen Fotografen begann sie als freiberufliche Fotografin. Röck ist auf sozialkritische Fotografie spezialisiert und in den Bereichen Reportage, Portrait, Business, Redaktion und Kunst etabliert. Ihre Arbeiten werden von der Wiener Agentur Anzenberger sowie der österreichischen Presseagentur APA vertrieben und national und international in Zeitschriften veröffentlicht.

MS: Wie schaut deine fotografische Praxis aus?

U: Also bei der Auftragsarbeit ist schon mal der Unterschied oder das wichtig für mich, dass ich als Fotografin mehr Infos kriege, als nur die Überschrift oder dieser eine Titel oder irgendwas. Sondern ich frage ob ich den Text haben kann, wenn's nötig ist. Also wenn es eine komplizierte Geschichte ist, oder wenn ich das Gefühl habe ich habe noch nicht tief genug reingeblickt. Was gern vergessen wird, dass ich das vielleicht auch gern wissen möchte, was für Bilder ich da zu welcher Geschichte brauche. Und dann kristallisieren sich ganz schnell für mich visuell Hauptthemen raus, die visuell umsetzbar sind oder was so die wichtigsten Punkte sind, die man in einem Bild zusammenfassen kann, die für den Text sprechen. Oder ich hab die Order vom Format her im nächsten Schritt für den Grafiker einen Aufmacher im Querformat zu machen. Das ist dann eine konkrete Anweisung. Wenn man die Überschrift schon vorher weiß – das weiß man oft nicht – dass der Aufmacher das und das sein sollte.

MS: Machst du auch Geschichten mit Redakteur_innen gemeinsam vor Ort?

U: Ja. Ein schönes Beispiel – 2015 – Flüchtlingswelle. Da waren wir 10 Tage an den Grenzen unterwegs und wollten Stimmen einfangen, positive wie negative, und wirklich – heutzutage nennt man das investigativen Journalismus – betreiben. Ohne vorgefertigte Meinung, ohne Text, blank kommen. Und da bin ich immer Teil der Geschichte und beeinflusse das immer mit. Zwei Komponenten: 1. was mir als Profi dazu einfällt im Moment, wo man als nächstes hingehen könnte, oder was der Geschichte noch fehlt, weil das ist ja wie ein Abenteuerflug zu zweit. Wo man das erst erlebt und passiert. Das zweite ist das zwischenmenschliche, oder das menschliche, charakterliche. Das ist voll wichtig und immer vergessen. Ich bin Teil der Geschichte, immer. Wenn die Menschen fragen – wie hast du dieses Foto gemacht? - dann steh ich eben nicht mit dem großen Teleobjektiv weit weg, sondern ich bin da mittendrin, ich hab eine Fixbrennweite. Das sind alles wichtige Dinge. Ein 50er, ein 30er und ich stehe einen halben Meter neben den Menschen, grad bei Reportage. Und seit 2015 sind alle so nervös wie man das macht, so ein Foto veröffentlicht. Das ist in die Moment eigentlich schon die Einwilligung meines Gegenübers wenn ich dann dieses Foto mache. Und somit ist es dann oft sehr schwer trennbar, wo nehme ich da Einfluss in die Geschichte und wo nicht, wenn ich mich da mitten reinstelle. Und durch meine Sympathie oder Antisymphathie, je nachdem was Menschen mir zurückgeben, oder was ich gebe, komme ich dann in Situationen, ich löse sie nicht aus, ich bin schon immer Beobachterin, aber ich bin trotzdem drinnen. Dabei. Und bewege mich da mit und bin Teil von dem. Das ist nicht immer so trennbar.

MS: Das hat sich auch sehr verändert im Sinne wie sich der Fotojournalist selbst sieht oder? Der Zugang – wie macht man eigentlich Bilder? Was hab ich für eine Rolle?

U: Ich hab das Gefühl es ist schlechter geworden. Weil durch die Digitalisierung – das ist nur mein Gefühl – einfach überhaupt dieses Zwischenmenschliche weniger da ist, weil man ja nur noch streitet miteinander und nicht mehr trifft, sondern nur noch virtuell auf Skype sieht. Diese ganzen alten fotografischen Werte, oder dass man... was hab ich selbst als Mensch für Werte? Das ist ja beim Journalisten auch so, der schreibt. Nicht nur beim Fotojournalisten. Mit welchen Werten gehe ich da rein, ist ja schon Teil von dem Ergebnis was ich dann sehe und was ich dann nicht sehe. Was ich als wichtig empfinde und was ich als nicht wichtig empfinde. Das ist irgendwie weniger geworden und auch die Verantwortung, dass man sich dieser Sache bewusst ist. Das kommt immer aus mir raus. Ursula Röck, meine Geschichte, mit meinen Werten. Und somit erzähl ich eine ganz individuelle Geschichte und bin nicht so leicht ersetzbar wie man es manchmal landläufig in der Moderne so glaubt. Und man muss das auch können – also mein Mann ist Psychologe – guter Soziologe, sind auch Fotografen oft, oder Antroposophen oder Psychologen, man muss das gut können. Das war zwar nur ein Projekt von mir, aber das Kommunenprojekt war auch Journalismus eigentlich. Das hab ich mit meinem jetzigen Mann gemacht. Wir machen das gleiche. Das ist eine Gruppe, das ist wieder was anderes, könnte eine Institution sein, könnte ein Freikirche sein, das ist irgendeine Gruppe. Wir gehen da rein und das ist ganz wichtig – du gibst was von dir. Dass das Vertrauen da ist, dass ich überhaupt auf einen halben Meter herankomme, dass ich das überhaupt machen darf, dass die mir überhaupt vertrauen dass ich das irgendwann veröffentliche. Und das muss ich auch immer dazusagen. Fragst du mich dann nochmal ob ich das veröffentlichen darf und ich sage: das muss dir in dem Moment klar sein wo ich abdrücke, ich veröffentliche das. Das ist mein Beruf, dass das die Leute sehen. Für dieses Vertrauen musst du erstmal reingehen und etwas geben, nicht nur nehmen. So wie die Afrikaner_innen glauben man nimmt die Seele, wenn man ein Foto macht. Also ich muss auch was geben und nicht nur nehmen. Und du nimmst immer. Du hältst diesen Moment fest. Dieses Gesicht, diese Situation, die vielleicht peinlich ist oder auch nicht. Ich muss auch was geben. Und dann nehm ich mich wieder raus. Dann beobachte ich nur noch. Aber das muss vorher stattfinden. Ich gehe am Anfang ist die Kamera bei mir immer eingepackt. Auch bei der Grenze. Die ist am Anfang nicht da. Und dann laufe ich ganz lange damit rum, ohne dass ich viele Fotos mache. Dass die Leute sich daran gewöhnen – die ist jetzt da. Dann rede ich mit denen, ganz viel, das sie ein gutes Gefühl kriegen. Ich kann nicht einfach losrennen wie ein Maschinengewehr und dann Fotos machen und mich dann wundern, dass ich die Situation vielleicht nicht begriffen hab, weil ich ja immer draußen gestanden bin und nie drinnen war. Und das machen ganz viele falsch. Da gehört viel mehr dazu zu einem Foto.

MS: Wie vermittelt man komplexe Themen visuell?

U: Da habe ich zwei schöne Beispiele. Das erste das mir eingefallen ist, wenn es schwierig ist, fällt mir oft die symbolhafte Fotografie ein. Also dass man das wirklich auf die Symbolik konzentriert. Ich muss nicht immer Gesichter sehen, ich muss nicht immer das platte Foto sehen. Ich kann mit einer Weintraube von einem Weinbauern erzählen. Es muss nicht der Weinbauer drauf sein. Und es kann dann auch sogar weggehen von der Reportage, man nennt das, ... also das kommt jetzt drauf an. Du kannst ganz ins Studio gehen. Bleiben wir bei der Weintraube – also die Weintraube fotografieren, so richtig Stilfotos machen. Du kannst aber auch Autorenfotografie, also so eine Mischung aus Journalismus in die Kunstrichtung, wo ich auch Regie führe, aber das ganze im realistischen. Ich könnte zum Beispiel die Weintraube dort auf den realen Tisch vom Weinbauern legen und dort das... oder das liegt schon dort, dass ich den Reportage-Zugang so hab. Da liegt die Weintraube... Das beste Beispiel ist keine klassische Reportage – der Auftrag war ein anderer. Der Auftrag war ein Geschäftsbericht der Wiener Hauskrankenpflege. Und zwar die Klienten zu porträtieren ohne dass man ihre Gesichter sieht, bei sich zu Hause. Das heißt ich hab versucht ganz persönliche Ecken und Gegenstände in der Wohnung zu finden, die diesen Menschen hinter dieser Wohnung

beschreiben. Und das war dann ein hoch ausgezeichnetes Projekt. Aber auf den Punkt komme ich immer öfter, immer wieder, im Fotojournalismus mit dem Artdirector, wenn man gar nicht weiß wie man das umsetzt, sag ich immer – machen wir es doch symbolisch. Ist auch nicht immer inhaltlich schwierig, weil der der Porträtierte nicht gesehen werden will. Es ist nur so, dass das von den Magazinen oft abgelehnt wird. Ich weiß nicht warum, vielleicht weil es zu weit weg ist vom Fotojournalismus, weil sie das reale Bild dann wollen...

MS: Das ist ja die große Streitfrage – die absurde Illusion, der sich der Fotojournalismus noch immer hingibt ist, die Idee dass es so etwas wie ein echtes, wahres Bild gibt.

U: Nur dort. Alles andere kannst du eh ändern.

MS: Ich glaube das ist ein Metadiskurs, der überhaupt keinen Sinn macht.

U: Oja. Wegen der Moral.

MS: Bilder sind nicht neutral.

U: Der Unterschied ist halt, du bist real vor Ort. Und das andere ist halt dein Blick auf das was du im Studio fotografiert hast oder so.

MS: Das ist ja eigentlich nicht weniger qualitativ im journalistischen Sinne?

U: Für mich ist das eine Geschichte in einem Magazin. Das Magazin ist ja an sich, wie man das heute nennt investigativ, das weiß ich eh wenn ich das in die Hand nehme, dass die diesen Anspruch haben. Und wenn ich dann mal eine Geschichte anders bebildere, bei Haubis haben wir das einmal gehabt, das war eine Reportage. Eine Fabriksreportage wenn man so will. Über die Enzyme im Brot, warum das Backfrische-Brot backfrisch ist. Es ist ja immer, wer macht was aus. Wir Fotografen werden ja immer als letzte gefragt und machen Termine oft nicht aus, oder reden nicht mit dem dort vor Ort. Das ist oft schlecht. Gleichzeitig geht es mir oft so – bei dem Geld, telefoniere ich auch nicht mehr. Es ist mir eigentlich egal. Das ist dann schade. So leidet dann jede Qualität vom Journalismus. Das passiert mir trotzdem immer wieder. Ich muss mich halt drauf verlassen, dass ich ein Gespür hab – bei dem Job brauchts das dass ich anrufe und beim nächsten nicht. Da war es so, ich habe nicht angerufen und mir gedacht, alles ausgemacht – wir fahren in diese Fabrik, ich kann dort Fotos machen. Ich bin auf den Touristengang geschleift worden, oben auf den Glasgang – was soll ich da für Fotos machen? Dann hat natürlich auch der Chefredakteur gesagt: das ist jetzt ein Scheiß; Und dann haben wir Brot fotografiert im Studio. Das war auch nur eine Halblösung. Das ist ja auch viel schwieriger. Dass dann auch irgendwie so zu machen dass das dann passt, auf einen Punkt zu bringen, diesen symbolischen, wie einfach die Bilder vor Ort zu haben. Und das zweite ist, leider muss man in der heutigen Zeit echt sagen, so wenig ernst der Journalismus genommen wird, umso mehr muss man drauf pochen dass das real ist. Weil grad beim Flüchtlingsstrom – wir sind wirklich 10 Tage da herumgefahren. Und ich habe Menschen getroffen, die alle zu mir gesagt haben, da sind ja nur lauter Männer und keine Kinder und Frauen. Und ich habe nur Kinder und Frauen fotografiert. Egal wie das einzelne Foto aussieht, egal ob es ein gutes oder ein schlechtes ist. Es ist einfach nur die Tatsache: da waren Kinder und Frauen. Und die Gesellschaft sagt, da sind nur Männer... Alleine dieser Wahrheitsgehalt ist schon, die letzten Tage mit Datum, das muss halt beim Journalismus auch dabei sein.

MS: Ein zeitgeschichtliches Ereignis zu dokumentieren macht schon Sinn, die Frage ist warum im Journalismus immer noch so am Konstrukt der Wahrheit festgehalten wird?

U: Was wäre die Alternative?

MS: Es müsste darum gehen die Funktionen, die Fotografie erfüllt, stärker in den Vordergrund zu stellen und nicht immer nur die eine Funktion Authentizität. Ich glaube eine Lösung wäre, dass man anders kontextualisiert.

U: Da liegen viele Fehler auch bei den Leuten die die Fotos machen. Also bei den Fotografen. Ich bin ja wirklich schockiert, wer dir da aller unterkommt und wie die einzelnen Profis tun. Das hat schon ein bisschen was mit dem Alter zu tun. Die die jetzt jung sind, die haben überhaupt schon aufgegeben, das hör ich auch oft. Das Internet, da hast du ja eh schon verloren, mach dir die Arbeit nicht, das Internet ist frei, das zu beschriften. Oder Urheberschaft – was soll denn das bringen. Mir bringt es jeden Monat 200,- fürs nichts tun. Dafür dass meine Fotos bei einer Agentur liegen und das immer wieder verkauft wird, davon lebt der Fotograf, das war immer so. Weil wenn jetzt zum Beispiel der Niki Lauda stirbt, dann brauchen sie ein Foto aus den 80er Jahren, eines aus den 90er Jahren, zum Beispiel bei Porträts. Oder auch alte geschichtliche Ereignisse, also das mit dem Staatsvertrag, das Foto das hat sich gut amortisiert. Ich bin dann immer schockiert, dass die gar nicht an das denken und ich steh dann immer da als alte Lehrerin und sag denen – ihr seids Urheber, ihr seids verantwortlich, da steckt so viel mehr dahinter, hinter einem so einem Bild. Da steckt so viel mehr dahinter. Also den Diskurs musst du schon in den eigenen Reihen anfangen. Bevor du überhaupt vom Leser anfängst. Auch von der Redaktion, oder vom Journalisten. Wenn die Fotografen es nicht mal selbst so ernst nehmen, dass sie die eine Zeile da reinschreiben. Wo das ist, wer das war. Also ich fordere sowieso andauernd einen professionelleren Umgang mit den eigenen Fotos von den Leuten. Dass sie sich dem bewusst sind, was ein Foto ist, was für eine Verantwortung das mit sich bringt.

MS: Man spricht gerne davon dass der Journalismus in der Krise ist, Constructive Journalism könnte da ein Ausweg sein. Was könnte das auf einer visuellen Ebene bedeuten?

U: Wenn ich dich richtig verstanden habe, grundsätzlich versucht man wenn man das versucht gut zu machen, eine Geschichte zu erzählen. Ich sehe mich ja als Geschichtenerzählerin. Da fängt es schon an. Was ich immer den Journalisten erklären muss, das ich dasselbe auf einer visuellen Ebene mache. Das heißt, eine Geschichte hat einen Anfang, einen Höhepunkt und ein Ende, oder bestimmte Akteure die dabei sein müssen. Was vielleicht auch interessant ist, ich hoffe ich kann es dann damit beantworten, ist – ich hab ja vorhin erzählt ich gehe zum Beispiel wo rein und dann nehme ich mich wieder aus – da tut sich richtig ein Schalter umschalten. Das spüre ich manchmal sogar, wenn ich richtig gut bin. Dann rede ich auch nur noch Blödsinn beim Fotografieren, wenn jetzt irgendwer mit mir parallel redet, dann bin ich total auf das visuelle fokussiert. Ich kann jetzt einfach einfach so durch die Welt gehen und dich so anschauen, oder ich bin in einer Situation und es ist wie ein Theatervorhang, wie eine Theaterbühne und ich suche mir so wichtige Dinge raus. Ich versuche Zusammenhänge herzustellen und die Geschichte zu begreifen und dann bleibt am Schluss eben irgendein Symbol über, oder irgendein anderer Zusammenhang und der wird fotografiert. Und das passiert aber parallel und das ist einerseits visuell und gleichzeitig passt zum Inhalt und manchmal passt nicht immer und manchmal erst später, das weiß ich jetzt noch gar nicht, aber es ist so schön und es ist zumindest mal die Weintraube. Man ist schon in der Geschichte dabei, das ist ja das spannende an der Reportage.

MS: Ist das etwas was nur in der Reportage zutrifft?

U: Nur in der Reportage.

MS: Mein Eindruck aufgrund meiner bisherigen Recherche ist auch, dass es vor allem um die Fotoreportage geht.

U: Ein Pressebild geht auch, aber da musst du alles in einem Bild zeigen. Da geht's auch wirklich kaum darum wie das aussieht, ob das schön ist oder schirch. Da geht's nur um das I-Tüpfelchen, um das Top-Ding, dass alles in einem Bild sein muss. Und alles andere sind Auftragsarbeiten. Ein Porträt, da muss der Porträtierte fesch sein, oder das erfüllen ob er Banker oder Fleischer ist. Das muss man halt sehen, aber ansonsten hab ich da keine Geschichte zu erzählen. Es geht schon immer ums Geschichten erzählen. Und das wird ja oft vergessen oder verkannt, weil wenn ich sage ich bin Fotojournalistin, dann denkt jeder an ein Pressebild und sagt zu mir: ah, du bist die Lügenpresse. Da wird auch unterschieden, das liegt auch an den Magazinen – das wird gern vergessen – ob das eine Tagespresse ist, ein Wochenmagazin oder ein Monatsmagazin. Weil bei einem Wochen- und vor allem bei einem Monatsmagazin habe ich überhaupt einmal die Zeit, nämlich eh nur zwei Wochen, weil dann geht es in Produktion, dass ich überhaupt so eine Geschichte produzieren kann. Dass ich die Zeit hab, wo ich zwei Tage, oder einen Tag, oder eine Woche dort bin. Und vor allem weil alle immer nur fürs nächste Monat produzieren. Die wenigsten, kaum jemand, außer es bleibt eine Geschichte liegen und es sagt jemand, das nehmen wir ins übernächste Monat mit rein, alle denken immer nur an das nächste.

MS: Wie gehst du mit victimization um?

U: Ich unterscheide zwischen Porträt und Reportage. Das eine ist für mich für eine längere Geschichte, wo ich erzähle mit vielen Fotos. Und das andere, da ist immer der drauf. Aber natürlich kann ich Porträts innerhalb der Reportage machen. Da sind wir jetzt wieder an dem Punkt, darf ich eigentlich nicht eingreifen, auch nicht beim Porträt. Oder ist es eigentlich ein schlechtes Porträt bei einer Reportage, wenn der Porträtierte in die Kamera schaut?

MS: Warum?

U: Das sind die Spielregeln. Weil ich dann eingreife. Weil man dann offensichtlichst merkt, dass ich dabei war. Weil der mir ja in die Kamera schaut.

MS: Warum schließt eine Reportage aus, dass du als Teilnehmende des Prozesses erkannt wirst?

U: Weil ich eben so wenig wie möglich auffallen darf innerhalb dieses Prozesses. Dann ist es die wahre, tolle Reportage. Eh das was du vorher gesagt hast. ... Ich gehe schon öfter über diese Grenzen hinweg und mache Autorenjournalismus, Autorenfotografie. Weil ich mir eben auch denke, das tut jetzt tatsächlich nichts zur Sache und es kommt auch immer darauf an was mit dieser Geschichte ist, bei der Flüchtlingsgeschichte haben wir Reportage gemacht und Porträts, eine Frau am Tresen im Wirtshaus. Wenn ich die jetzt Frage nach dem Interview meiner Kollegin, dann ist das schon geplant, auch wenn ich sie wegschauen lasse. Aber ich denke mir dann auch oft, gerade beim Porträt oder bei anderen Sachen, macht das sogar ein bisschen Spaß sich da ein bisschen mehr einzubringen und die Geschichte runder zu erzählen, ob ich das allerdings dann immer dem Chefredakteur erzähle, wie das Bild zustande gekommen ist, ist die andere Sache.

MS: Es hängt auch sehr stark vom Medium ab, wie inszeniert werden darf?

U: Ist ganz ein wichtiger Punkt was du sagst, weil darauf komme ich oft und dann bespreche ich das mit anderen – der Output, was passiert mit dem Foto ganz am Schluss – ist eben ganz am Anfang wichtig. Für mich jetzt als Profi natürlich welches Medium, welches Magazin, welcher Kunde. Aber eben auch als Privatperson, wenn ich sowas wie einen Auftrag habe, tun ja die Leute für Freunde fotografieren oder wollen sich selbst Fotos für die Homepage machen. Wo will ich hin? Immer in dem Kontext. Für das eine Medium geht das vielleicht, für das andere nicht. Da muss man sich auch ein bisschen anpassen. Wobei ich das wenig

machte weil ich eine alte Fotografin bin. Ich bin jetzt 40 und gehör schon zu den alten, die wirklich noch analog gelernt haben und noch Prints gemacht haben als Assistentin für die Zeitung. Da haben wir viel Zeit gehabt. Wir haben geprintet und es ist eingescannt worden und so.

MS: Ich habe im Datum eine Geschichte zu den 8.000.000 Küken gelesen. Streng nach den Parametern, nach denen Constructive Journalism betrachtet wird, ist das eine Geschichte die diese Kriterien erfüllt. Die Fotos allerdings nicht so sehr. Wie kommt das?

U: Wenn du wüsstest. Die Geschichte haben glaube ich zwei Praktikanten gemacht, gemeinsam mit einem anderen Journalisten oder einer anderen Journalistin, Monate vorher. Das sind schon alles wichtige Faktoren. Da war der Text schon fertig, Monate vorher, und da kann es auch passieren, dass sie es wieder ein bisschen umschreiben. Es passieren Dinge immer auch in so einem Prozess, das bin nicht nur ich. Und es ist nicht die klassischste Reportage, weil die klassische Reportage wäre für mich – ich gehe in einen öffentlichen Raum. Und da war ich in einer Fabrik, wieder mal. Da hat uns jemand die Türen geöffnet. Ich versuche es mal zu erklären wie es war. Das heißt, wir dürfen dort rein, da bin ich schon mal recht glücklich und ich hab ja auch gewusst... vielleicht hab ich auch den Text nicht gelesen, kann auch passieren dass ich keine Zeit hab für sowas. Aber ich weiß ja dann trotzdem worum es geht, also wenn du jetzt sagst „positiver Text“ - ich glaube ich hab den Text nicht gelesen...

MS: Nicht positiv, der Artikel ist konstruktiv und zeigt auf der Textebene Lösungen.

U: Das ist aber der Fehler vom Chefredakteur, der mich dann noch woanders hinschicken hätte müssen. Das ist auch eine finanzielle Frage. Oder dritte Geschichte – der Journalismus, so wie du vorher gesagt hast und das hört man auch gern, positivere Geschichten wären doch nett und die Menschheit denkt so negativ, dabei ist ja gar nicht alles so schlecht, aber die Medien beeinflussen... Die negativen Geschichten sind einfach spannender. Wir haben es auch schon mal ausprobiert.

MS: Es gibt aber auch einige Studien, die das Gegenteil beweisen.

U: Wir haben auch schon einiges gemacht in diese Richtung, Aussteiger, Selbstversorger, solche Sachen. Das hat auch was positives und ist auch exotisch, weil du bist dann irgendwo mit schrägen Leuten und keine Ahnung, die sind anders. Aber halt so grundsätzlich. Vielleicht schwingt das auch mit. Weil ich kann mir das gut vorstellen, dass sich der Chefredakteur gedacht hat, das ist eine super Geschichte, so viele Millionen von den armen Dingen werden umgebracht und wir dürfen da rein. So tickt schon der Journalist, das muss man schon sagen. So grundsätzlich. Der Journalist ist Sensationsgeil und ich als Fotojournalistin bin Voyeuristin. Das ist schon auch immer da. Weil sonst würden wir das nicht machen, sonst hätten wir gar keinen Antrieb sich das anzusehen. Und bei der Geschichte fehlt dieser Teil, dieser positive, weil das hat mich dann schon sehr interessiert wie sie dann damit umgehen. Weil sie machen uns die Türen auf und wir schreiben dann was negatives. Und dann ist tatsächlich was passiert, was sehr selten ist im Journalismus und sehr blöd. Ich habe den Auftrag gehabt, ich soll diese toten Küken zeigen und wir haben extra den Termin verschoben. Zweimal. Weil das passiert nicht am Freitag, das passiert nur am Dienstag. Aber das liegt in den einzelnen Menschen auch, wie der ist. Ich würde es anders machen. Und da gibt es eben die Vergasungsmaschine und das kommt in Österreich eben so gut an, gut im negativen Sinn, das Wort ist so behaftet. Und die haben sie nicht eingeschaltet an dem Tag wo ich dort war. Dabei war alles ausgemacht. Und ich sage – was ist jetzt mit dieser Maschine, machen sie das heute? - nein – sag ich: das ist jetzt aber blöd. Das ist mein Job, ich komm dahin ich muss das machen. Ich hab auch jemanden über mir. Was tun wir jetzt? Können Sie die einschalten? Und da fängt es an. Ab da tue ich nicht nur abbilden, sondern voll beeinflussen. Die haben für mich an diesem Tag die Maschine eingeschaltet, haben 5000 Küken umgebracht, nur damit ich ein Foto machen

kann. Das habe ich dann dem Chefredakteur erzählt, weil er hat mich gleich angerufen. Daraufhin hat er gleich eine Radiosendung daraus gemacht. Das finde ich nicht gut. Das ist das was ich mit Moral und Anstand meine als Fotografin. Ich habe mich schlecht gefühlt. Der macht mir die Türen auf, ich darf dort alles fotografieren, sogar die toten Hühner, zu dem Text. Und dann im Nachhinein scheiß ich ihm auf den Kopf, so ein bisschen. Weil das kommt ja wieder zurück. Wie dumm sind die denn, da kommt die Journalistin und sagt bringts mal 5000 um und die machen das. Eine schlechtere Werbung kannst du überhaupt nicht kriegen als Betrieb. Und ich hab zu ihm gesagt, nein das finde ich nicht OK. Da kommt man schon mal wo rein und ihr macht eine Radiosendung aus dem. Und dann hat er gemeint, naja, er kann meinen Namen raustun, aber er spricht von DER Fotografin, das hilft ja nichts, dann kann man es gleich schreiben. Die Fotos sind ja in der Geschichte.

MS: Wusstest du von den anderen Locations die in der Geschichte vorkommen?

U: Ja.

MS: Da hat es keine Möglichkeit gegeben das zu fotografieren?

U: Schau. Es hat sich sicher geändert.

MS: Ich frag mich halt warum?

U: Das ist so interessant, dass ich das nächste Mal den Art Director direkt fragen werde. Meine Antwort kenne ich. Nämlich, was diese Dinge betrifft wird man immer professioneller und gibt gleichzeitig immer mehr auf. Ich habe angefangen zu fotografieren da hat der Fotograf 4000 bekommen, der Assistent 400. Jetzt krieg ich für eine Reportage einen symbolischen Wert. Das kann sich nicht rechnen. Never ever. Die Stunden die du dort bist. Dann musst du jedes Foto einzeln beschlagworten, also vergiss es. Das ist eigentlich ein Minusgeschäft. Und wiederum gleichzeitig, wenn ich Akquise mache oder mich wieder mal bei einem Magazinverlag vorstellen gehe mit meiner Mappe, brauchst du das alles gar nicht mehr, die wollen alle keine alten Sachen sehen, oder die kennen meinen Namen eh, die wollen alle Ideen. Du musst Ideen liefern, das ist eh überall das gleiche. Sie wollen dein geistiges Eigentum. Aber bei sowas weiß ich und deswegen habe ich es gar nicht mehr probiert, das war gar nicht mein Plan, dass ich da meine Idee einbringe – so wie du jetzt – wenn ich da gesagt hätte „was ist jetzt mit den positiven Plätzen, mit den Alternativen? Wir haben ja jetzt nur den Status Quo und nicht was könnte sonst noch sein?“ Dann wäre nichts passiert. Ich hätte nur Energie und Zeit verschwendet. Das klingt echt deprimierend. Für dass das ich dann zu hören bekomme: „Du nein, wir haben das Geld nicht.“ Und das Geld ist ein ganz ein wesentlicher Faktor und fehlt dem Journalismus vorn und hinten. Es war schon eine Diskussion dass sie mich dorthin schicken. Und es ist nur gegangen, weil meine Mutter hat irgendwie Geburtstag gehabt und was weiß icht, weil ich aus Oberösterreich bin, irgendwas anderes war noch zu tun und ein anderer Job war auch noch. So...

MS: Es bestätigt viele meiner Annahmen.

U: Es liegt an meinem Verzicht. Ich müsste quasi auf mein Honorar verzichten, wenn du so willst, und es eigenständig machen, aus meinem Interesse heraus. Aber warum sollte ich das machen? Es ist mein Job und ich mache das nicht zu meiner Freizeit.

MS: Es ist halt auch ein Anspruch des Constructive Journalism, dass die Redaktionen umdenken beim Erzählen von Geschichten.

U: Es ist ja schomal ein Wahnsinn dass ich überhaupt einen Text verlange. Die meisten haben nicht mal das, vielleicht nur: Eierfabrik. Weil dein Gegenüber, oder der der dich beauftragt, die Redaktion – und das schockiert mich auch jeden Tag aufs neue – die die damit zu tun haben, gar nicht so weit denken. Das vielleicht ein Foto mehr erzählen könnte. Beim Datum ist das der Artdirektor, der Glambauer, der ist. Also den schätze ich. Der ist kreativ, der ist selbst Grafiker. Der würde das gern alles so erzählen, der würde immer gern das und das machen, aber der hat mir gerade bei der Weihnachtsfeier wieder gesagt: „Uschi wir haben kein Budget. Was soll ich machen.“ Wir drehen uns im Kreis. Während ein Heute (Anm.: Tageszeitung) subventioniert wird. Und Geld kriegt.

MS: Ich glaube nicht dass das ökonomische Argument alles sticht.

U: Ich glaube auch dass sie die 200 oder 300 Euro auch noch hätten. Ich weiß es nicht. Gleichzeitig hat mich dieser Artdirector,... da haben sie auf Facebook eine Fotografin gesucht, eine Fotografin, eine Reportagefotografin in Salzburg gesucht – ich hab mir schon gedacht, in dem Moment wo ich das gelesen habe, haben sie leicht kein Geld mehr für Spesen, weil ich mache das immer, und eine Frau und Reportage, das machen nicht viele in Österreich – dann kriege ich ein paar Tage später einen Anruf „Uschi wir brauchen eine Fotografin in Salzburg die so fotografiert wie du“ - dann sag ich: „soll ich jetzt beleidigt sein oder sag ich das gibts nicht?“ wieder einen Tag später „Uschi kannst du fahren?“ und zwar hat dann der Artdirector aus seiner Privatkasse die Spesen gezahlt, damit die Geschichte überhaupt was wird. Wo ich mir denke, so weit sind wir schon? Dann sticht das Argument tatsächlich, denn wenn sie nicht mal mehr ein Geld haben und der Artdirector findet dass es so wichtig ist, das zumindest die halbe Geschichte da ist um mal bei der Fabrik zu bleiben, der dann zahlen muss und ich bei Mama und Papa schlafe und nicht in einem Hotel. Die Stunden darfst du eh nicht rechnen, dann muss man zufrieden sein, dass man überhaupt in der Fabrik drinnen war und überhaupt Fotos machen durfte.

Und das zweite: darf man nie vergessen, weil du gesagt hast so klassische Fotos, das sind die Fotos die das Datum von mir kriegt. Und in dem Fall hab ich sehr symbolisch ausgesucht. Die sind fast ein bisschen flach und stilistisch fast geometrisch teilweise. Sehr sauber.

MS: Das habe ich damit nicht gemeint. Es ging eher um die Tatsache was für eine Geschichte im Text erzählt wird und was für eine Geschichte auf visueller Ebene.

U: Es ist trotzdem ein Argument was mir durch die Fehlinterpretation eingefallen ist. Das darfst du auch nie vergessen – was gebe ich da überhaupt für eine Auswahl her. Ich kann das schon sehr stark reduzieren und je weniger desto besser.

MS: Tust du das?

U: Ja, schon.

MS: Tobias Kruse sieht das anders, bzw. macht das in seiner Praxis anders.

U: Aber er hat es ihnen gegeben und somit ist er selbst schuld.

Anhang 3 – Tobias Kruse

Datum: 07.12.2018

Telefoninterview via Skype. Unredigierte Originaltranskription.

Infos zur Person: Tobias Kruse arbeitet weltweit an persönlichen künstlerischen Projekten sowie an Aufträgen für Magazine, Institutionen und Unabhängige. Im Alter von 20 Jahren (und vor fast 20 Jahren) zog er nach Berlin und arbeitete einige Jahre als Grafikdesigner. Von 2005 bis 2007 studierte er Fotografie an der Ostkreuzschule für Fotografie bei Prof. Ute Mahler und besuchte von 2008 bis 2009 die Meisterklasse von Prof. Arno Fischer. Seit März 2011 ist er bei der Fotografenagentur Ostkreuz tätig. Seit 2017 unterrichtet Tobias Fotografie an der Ostkreuzschule für Fotografie. Seine Arbeiten werden unter anderem im Zeit Magazin und anderen renommierten Medien publiziert.

MS: Du musst als Fotograf nicht wissen was Constructive Journalism ist.

T: Wenn jetzt die Logik ist Dinge positiver darzustellen, zumindest ausgewogener als es gefühlt immer stattfindet, dann kann ich das schon schon verstehen. Das jetzt erstmal vorweg. Was da jetzt die Fotografen da machen können oder so, das werden wir vielleicht jetzt rausfinden.

MS: Wie sieht deine fotografische Praxis aus? Wie erzählst du visuell Geschichten?

T: Jetzt tatsächlich auf der visuellen Ebene oder organisatorisch „Wie kommen die Geschichten zu mir“?

MS: Auf der visuellen Ebene. Wie arbeitest du fotografisch?

T: Das ist schwer zu erklären. Also erstmal arbeite ich mit wirklichen Dingen. Ich begegne der Welt und dann passiert da irgendwas. Das heißt nicht, das ist ja immer ein Anspruch von Journalisten, das man objektiv ist, den Objektivitätsanspruch den glaub ich nicht, an den hab ich auch eigentlich nie geglaubt. Ich greif natürlich schon durch meine Anwesenheit massiv ein, in dass was mir begegnet und das ist insofern dann relevant wenn es um Porträts geht von Menschen, da ist meine Anwesenheit schon mal so massiv bedeutend für die Situation, dass man schon nicht mehr von einem unbeeinflussten Gang der Geschichte reden kann. Das muss ich mir klar machen. Und damit muss ich auch leben. Und damit muss ich umgehen und das kann ich eigentlich nur indem ich das aktiv benutze. Dieser Fakt, das ist eigentlich eine relativ banale Erkenntnis, dass es keine Objektivität gibt und das Moment, das Fotografie ja immer irgendwie auch darstellt, oder den Moment, den ich mir so aus dem Fluss der Zeit rausgreife, der kann nicht objektiv sein, der kann nicht die ganze Geschichte erzählen, weil ich immer nur einen Tropfen aus dem Meer der Momente... ..wie mach ich das Bild? Und ganz stark hängt dass dann auch davon ab – wie mache ich eine Auswahl, wie kontextualisiere ich etwas, wie entsteht eine Serie, welche Bilder kombiniere ich wie? Dadurch ist der Faktor Subjektivität extrem hoch. Das heißt, dass ich natürlich auch durch meine Arbeit sozusagen die Sprache extrem beeinflusse. Beziehungsweise, also meine Sprache die ich spreche über tatsächlich meine Bildsprache oder so. Die Tatsache, wann wie wo und was ich fotografiere und wie ich es am Ende kontextualisiere, ist extrem wichtig. Weswegen ich irgendwann zu der Erkenntnis gelangt bin, dass ich genau das eben auch forcieren muss, auch nicht verschleiern sollte, sondern ganz bewusst dem Publikum, wenns eins gibt, klarmachen muss dass da ein Erzähler ist! Der Erzähler, der eine relativ starke Stimme hat, bzw. man muss dem halt zuhören und man kann das gar nicht, es ist wie in der Literatur, oder sagen wir mal wie mit Texten, im Grunde ist es genau das gleiche. Ich lese einen Text wenn er gut geschrieben ist und ich lese einen Text unter Umständen nicht, wenn das Thema zwar interessant ist, aber er eigentlich wahnsinnig

langweilig geschrieben ist. Also gebe ich mir Mühe, dass die Sprache funktioniert und die Sprache verfängt, weil in diesem Wahrnehmungsmedienrauschen in dem wir uns befinden, Instagram und Ähnliches, wird man überhaupt nicht wahrgenommen wenn man nicht die Sprache so wählt das die Leute sie auch hören wollen. Lange Rede... Ok, was mache ich wenn ich eine Geschichte mache? Ich fotografiere relativ viel, ich bin in so einem Tunnel, ich bin tatsächlich ziemlich fokussiert in dem Moment, wenn auch immer nur für 5 Minuten, 10 Minuten und dann wieder pausieren. Aber in dem Moment wo ich tatsächlich fotografiere, bin ich sehr fokussiert. Und ich hab mich so ein bisschen davon gelöst zu illustrativ sein zu wollen. Sei es im Text den ich möglicherweise schon kenne, oder auch nicht, weil es vielleicht gar keine Textebene gibt, die bebildert werden muss, aber wir gehen jetzt mal davon aus es gibt einen Text, dann versuch ich ihn nicht zu illustrieren. Weil eine visuelle Ebene, die das gleiche erzählt wie der Text ist eigentlich überflüssig. Das heißt dass ich versuche nicht, die klassische Reportage der 90er Jahre hat eine klare Bildsprache gehabt, die wurde mit dem Weitwinkel fotografiert und hat möglichst versucht, möglichst viel aufs Bild zu kriegen. Also da sitzt jemand am Tisch, dann kommt von links noch eine Hand rein die gerade die Tasse abräumt, im Hintergrund sitzt jemand und heult und von rechts kommt noch eine Katze reingesprungen und von oben ein Vogel reingeflattert. Das ist so eine visuelle Überfrachtung die ich für fragwürdig halte. Klar ist das immer toll wenn so ganz viel passiert, das ist natürlich visuell auch anziehend und macht viel her und so, aber ich versuche eigentlich mehr einfache Bilder zu machen. Und welche die um die Ecke erzählen und nicht zu direkt, weil ich glaube dass man, dass wenn die Leute zu schnell fertig sind mit Bildern, die auch nicht behalten. Während wenn sie darüber nachdenken müssen eher was passiert. Nicht zu direkt sein, nicht zu illustrativ, d.h. auch das ich weggekommen bin von so Übersichten. Ich bin in einer Situation an einem Ort und mache jetzt erst mal so eine Übersicht wo alles drauf ist und so. Da steht die Kirche, da laufen die Protagonisten lang. Das ist mir zu einfach. Jetzt ist es natürlich so, das ist der Idealfall, das Redaktionen sowas auch gerne wollen, deswegen liefert man so etwas auch mit – das ist auch immer so eine Mengelage, aber wenn ich selbst entscheide wie ich etwas mache, dann würde das Bild z.B. nicht dabei sein.

MS: Kurz nachgehakt, kann man als Fotograf_in überhaupt beeinflussen wie schnell jemand mit dem Bild fertig ist?

T: Klar, ich kann das auch nicht garantieren, aber ich wünsch mir das. Das ist natürlich das Ziel. Das einerseits die Leute erstmal hängenbleiben – dazu brauchts Elemente die das überhaupt erst mal möglich machen. Und dann wiederum im Idealfall, wenn sie hängenbleiben, auf einmal auf den zweiten Blick noch etwas passiert, was sie wahrscheinlich übersehen hätten, wenn sie weitergescrollt hätten. Und das macht dann jetzt für mich ein gutes Bild aus. Eigentlich relativ wenig Information, die trotzdem, also Bilder dürfen auch catchy sein, oder einfach visuell attraktiv, da gibts auch relativ einfache Methoden die attraktiv zu machen fürs Auge. Das Auge guckt zum Beispiel immer auf helle Punkte, d.h. wenn ich ein dunkles Bild habe, wo ein heller Lichtfleck ist, weil die Sonne irgendwo durchscheint und da kommt so ein Schein durch, dann bleibt das Auge da hängen. So und dann hab ich den Betrachter. Und dann passiert auf einmal etwas was ich auf den ersten Blick nicht gesehen hab, weil sich in dem restlichen dunkleren Teil des Bildes etwas abspielt oder so. Und dann bin ich schon bei Schritt Zwei. Und wenn dann dass was da passiert Fragen offen lässt und nicht sofort Antworten liefert, dann ist das eigentlich schon recht viel was ein Bild kann. Das heißt jetzt zB bei einem Porträt, hab ich einen relativ dunklen Raum, ich hab einen Lichtfleck, der mich immer anzieht, das ist so, das Auge kann nicht anders als auf helle Punkte zu gucken, darauf ist es konditioniert von Anfang an, und dann hab ich ein Porträt von jemanden den ich aber gar nicht richtig erkenne. ZB von hinten. Oder das Gesicht ist im Halbschatten und ich sehe nur ein Auge und die Shilouette des Körpers. Dann bleib ich hängen. Und gucke und gucke und gucke und ich kann nicht, ich muss einfach weitergucken, ich versuche das Bild zu dechiffrieren, aber es gelingt mir nicht und dann bleibts hängen! Dann bin ich, wenn ich da 20 Sekunden draufgucke, dann hab ich schon relativ viel erreicht. Und das ist glaube ich dass was ich

versuche, um in dieser Bilderflut noch aufzutauchen. Um halt im Kopf zu bleiben. Deswegen sind meine Bilder oft dunkel. Ich arbeite einfach viel mit Licht, weil das einfach fürs Auge attraktiv ist und dann versuch ich halt diese Message, wenn es die denn gibt – ich glaube nicht das jedes Bild immer eine klare Message hat – Bilder haben schon auch eine eigene Berechtigung die über Informationsvermittlung hinausgeht. Das steht nicht da drüber, aber Bilder haben auch, oder es geht darüber hinaus oder steht daneben. Es gibt einfach eine Berechtigung ansich der Bilder, ohne dass ich da jetzt ein Häkchen dranmachen kann und sagen kann, OK jetzt hab ich wieder was gelernt, das ist Quatsch.

MS: Wie versuchst du komplexe Themen darzustellen – im CJ geht es oft um komplexe soziale Phänomene?

T: Also was ich halt immer versuch ist, Ambivalenz darzustellen. Ich mach keine, also wenns jetzt drum geht komplexe Sachverhalte oder sogar Sachverhalte positiv darzustellen, das hat ja total seine Berechtigung, das man jetzt sagt, wir wollen nicht immer nur zeigen das die alle das die Menschen in Afrika alle hungrig sind, wer sind wir überhaupt, das wir da so einreiten und da jetzt so eine Geschichte machen und dann wieder nach Hause fahren, alles ganz schlimm, aber das ist ja was, was eh angemessen ist, wahrscheinlich auf jede Situation, das man einfach versucht nicht klar zu sein und eben ambivalent zu sein. Das heißt man muss zum Beispiel bei den, also beim Bild des Menschen, darauf kommt man immer wieder zurück, denn meistens gibt es eben Bilder von Menschen, muss man einen Ausdruck herausarbeiten, das ist auch beim gesetzten Porträt, womit wir ja viel zu tun haben, ich mach ganz viel Porträts. Die entstehen in einer Situation, meinetwegen. Ich fahr wohin, treffe jemanden und mach ein Porträt von dem. Das ist natürlich eine gesetzte Situation. Die ist nicht, die wäre so nicht dagewesen, wenn ich nicht dagewesen wäre. Das verschleiern ich aber auch nicht. Natürlich setze ich dann jemanden dahin und sage: zu mir gucken, oder dahin gucken... aber dann versuche ich natürlich schon etwas rauszuarbeiten, was halt weder negativ noch positiv ist, sondern halt vielleicht diese ganze Zerissenheit in der wir uns alle befinden irgendwie auch wiedergibt. Das führt dann dazu das eben, Blicke sind extrem wichtig in Bildern, Hände sind wichtig, dass möglicherweise eben genau dass man eben nicht so genau weiß, was denkt der grade, geht's dem gut oder geht's dem eigentlich nicht so gut. Das ist ja aber, diese Klarheit haben wir ja gar nicht. Das ist vielleicht das was Komplexität irgendwie transportieren kann, oder andersrum: ich fahr an einen Ort wo jetzt irgendwie alles ganz toll ist, oder wo die Geschichte ist, ja hier funktioniert irgendwie was, aber es gibt auch kleinere Probleme, aber eigentlich im Großen und Ganzen läuft es ganz gut, so. Das ist halt ein Problem. Es war lange so, dass, jetzt mal ganz platt, die traurigen Bilder waren dem Journalismus vorbehalten, da wurde halt über das Leid der Welt berichtet, und die fröhlichen Bilder waren in der Werbung, da haben alle gelacht und es war immer gut und es gab Joghurt zum Frühstück, total lecker und so weiter, ja. Aber, das glaubt ja auch keiner mehr, das ist total durch das Thema. Also, was passiert ist, dass wir in der Werbung erleben, das die Ästhetik des Dokumentarischen immer mehr übernommen wird und eben auch die Bildsprache eine ganz andere geworden ist. Es gibt auch Zweifel auf einmal in der Werbung, es gibt auch Leute die nicht glücklich sind. Das ist total interessant, weil die Leute glauben das nicht mehr. Wenn ich nur noch weiße Zähne sehe, dann schalte ich ab, weil ich denk mir so – ey leck mich, ey, das ist nicht mein Leben. Die haben da wahnsinnig viel investiert in der Werbung. Die ganzen Corporate Magazine, die ja alle von irgendwelchen Unternehmen sind, erzählen ja echt Geschichten. Jetzt komm ich nochmal zurück zu einem Ort wo eigentlich alles ganz gut funktioniert, dann seh ich schon auch meine Aufgabe darin, das 100% Positive das mir jetzt jemand weißmachen will, auch zu brechen. Das heißt, natürlich such ich auch in einer tollen Architektur, ich weiß nicht, keine Ahnung, ich hab neulich im Leibniz-Institut für Gedächtnisforschung oder so ähnlich fotografiert und auch ein Porträt gemacht von dem Forscher. Und das sieht alles super clean aus, total schön alles und es funktioniert alles und das Projekt läuft und so, aber natürlich fotografier ich es dann nicht so, dass es dann genau so aussieht, sondern das muss schon auch nochmal so ein bisschen, das darf auch Witz haben, aber da muss noch eine Ebene dazu die das in Frage stellt - diese Behauptung, alles wäre OK. Weil das ist es nicht. Da arbeiten 20

Leute und einer von denen hat sich gerade getrennt und der nächste weiß nicht ob sein Vertrag verlängert wird und so. Es gibt immer überall irgendwelche Probleme und dann kann ich nicht so tun als wär alles in Ordnung, weil dann bin ich in dieser schlichten Werbeästhetik und das ist Quatsch. Eben auch dann wenn die Geschichte heißt „hier kriegen wir echt was Gutes auf die Reihe“, das stimmt ja auch, das zieh ich ja auch gar nicht in Zweifel. Also die sind tatsächlich, um jetzt mal bei dem Beispiel zu bleiben. Die machen so Demenz- und Alzheimerforschung und gucken halt wie man im Gehirn Dinge besser verstehen kann, megakomplex. Aber natürlich mach ich dann halt Bilder die jetzt nicht nur ein sauberes Labor zeigen. Das ist ja Unsinn, das interessiert ja auch keine Sau. Wir haben alle schon mal ein Labor gesehen. Da bin ich jetzt wieder zurück bei dem Punkt von davor. Natürlich, ich zeige Bilder von dem Forscher in seinem Labor, aber möglichst so, dass sie interessant sind und die Leute darauf hängenbleiben und trotzdem verstehen: Labor, Forscher; aber so fotografiert, dass es eben anders aussieht. Dieses Ambivalente ist mir ganz wichtig, aber immer. Genau so auch bei den, wenns drum geht dass ich jetzt, ich war vor zwei Jahren habe ich eine Geschichte gemacht über den ärmsten Ort Englands ja, ganz trauriger Ort.

MS: Ich kann mich erinnern, du hast Fotos in der Vorlesung hergezeigt.

T: Aber auch da gibt es wahnsinnig viel Schönheit, die Menschen sind auch schön. Die sind arm aber sie sind auch schön. Warum soll ich das nicht zeigen? Da gibt's so eine Frau, die war ganz, die sind alle arm, das muss ich dir jetzt nicht nochmal sagen, die saß da am Strand, die war alt, aber die war wunderschön. Sie war so 70 oder so und dann zeig ich sie auch schön in diesem ganzen kaputten Scheiß, wo sie da sitzt. Aber die strahlt so sehr, dass muss man zulassen, dass muss man vielleicht auch grade wollen, dass das eben nicht so aussieht wie: „ogottogott die armen leute in Jaywick, ey – wo ist das Spendenkonto“. Weil das ist nicht der Punkt, das nimmt den Menschen noch viel eher ihre Würde, dass man sofort auf so einen Mitleidsgedanken kommt. Das will ich einfach nicht.

MS: Ich wollte dich noch fragen was deine Einschätzung ist, bzgl. der Frage nach dem „Was jetzt?“ im CJ?

T: Was jetzt das Storytelling, oder wie auch immer man das nennen will, angeht, ist Fotografie auch ganz klar limitiert und man muss sich das klar machen, dass das ein begrenztes Erzählwerkzeug ist. Ich kann nicht alles mit Bildern erklären! Also mach ich es auch gar nicht und versuchs auch gar nicht, weil das geht meistens schief, wenn die Leute zu viel reinpacken wollen in Bilder. Ich versuch einen Eindruck zu geben, von den Leuten, von dem Ort wo ich war und ich versuche über meine Bildsprache das so interessant zu machen, dass die Leute sich das auch angucken. Und dann hab ich wirklich schon relativ viel erreicht. Ich versuche denen jetzt aber nicht über die Bildsprache zu erklären „das ist gut, das ist schlecht, das ist unterstützenswert“, das halte ich für, ich hab so eine Allergie gegen Missionierung oder Belehrung, das nervt mich wahnsinnig. Wenn Leute mir so über, das kann man ja machen, das ist ja technisch möglich dass mir jemand mit einem Bild erzählt „du bist mit Schuld am Leid dieses Kindes was gerade verhungert“. Dann denke ich mir so, ja du hast recht, aber musst du mir das so um die Ohren hauen? Da bin ich... mag ich nicht. Ambivalenz ist total wichtig, schon immer. Das versuch ich eigentlich immer mitzuerzählen.

MS: Wie arbeitest du da mit den Redakteur_innen?

T: Das ist gar nicht oft so, dass da ein/e Autor_in mit dabei ist. Vielleicht in einem Drittel der Fälle. Es gibt verschiedene Settings im Grund, also Setting 1 ist: den Text gibt es schon und ich les den und irgendwas passiert dann mit mir und ich hab jetzt letztes Jahr im Frühjahr eine Geschichte über Dresden fotografiert. Dresden ist in Deutschland in aller Munde, Pegida und so, der Ursprung dieser neurechten Bewegung kann man sagen liegt in Dresden. Und da gab es diesen Text vom Sachsen-Korrespondenten der Zeit, also fürs Zeit Magazin, und dann bin ich da hingefahren und hab die Stadt fotografiert. Und dann bin ich relativ frei.

Und mache was ich will und liefer dann das ab von dem ich denke dass es zeigenswert ist. Was dann die Redaktion draus macht ist immer nochmal eine andere Sache. Also da hab ich auch nicht so viel Einfluss drauf, das geht auch oft schief, weil die das dann nicht verstehen und dann ist das dann halt so schnell schnell hingeschludert. Das kann schon auch echt ziemlich in die Hose gehen, wenn die sich nicht – also aus meiner Sicht natürlich – wenn die sich jetzt nicht an meine A-Auswahlen halten, sondern die B-Auswahlen nehmen und das dann wild zusammenkombinieren. Ja gut, aber da hat man dann wenig Einfluss drauf. Es gibt Fotograf_innen, die sind extrem radikal und fotografieren zwei Tage und schicken dann 12 Bilder. Das kann man machen. Ich kann das nicht, weil ich fotografiere viel und brauche aber lange für die Auswahl und das ist dann so eine Frage, wie geh ich damit um. Also entweder ich sitze tagelang und mache Auswahlen und überlege hin und her und komm dann am Ende auf 25, oder ich muss mir halt, was der Regelfall ist, ich muss einfach sagen, ich kann nicht länger als so und so viel Stunden mich damit beschäftigen, weil das geht alles nicht, also schick ich halt 100 Bilder. Weil es einfach von einem Bild 3 Varianten gibt und das müssen die dann halt entscheiden und ich kann maximal noch sagen: „Meine Favoriten sind die 10, bitte die vorrangig benutzen.“ Und dann passiert was passiert. Manchmal geht’s super, manchmal nicht. Genau, das ist sozusagen der eine Fall.

Der nächste Fall ist, dass man tatsächlich zusammen unterwegs ist. Dann hat man natürlich als Fotograf der sich jetzt nicht nur als Pixellieferant versteht schon auch Einflussmöglichkeiten auf den Fortgang der Geschichte. Da in Jaywick war ich zusammen mit einem Autor und das hat auch super funktioniert, wir haben uns gut verstanden und dann entwickelt man so eine Geschichte halt auch zusammen und rennt da halt durch den Ort tagelang. Die Situationen in die man sich begibt, in die begibt man sich auch zusammen und dann entscheidet man ja auch zusammen ob man sich da reinbegibt. Da hat man dann schon auch einen viel größeren Einfluss auf gesamten Tenor der Geschichte. Auch im Text! Klar, weil das einfach eine Zusammenarbeit ist.

Und es gibt die Situation, dass man keinen Text kennt und einfach nur ein Thema hat und dann völlig frei daran arbeitet. Ich hab jetzt, weiß ich nicht, es gibt so einen, es gibt ein Magazin vom Tagesspiegel, das ist hier die Berliner Lokalzeitung, die versuchen jetzt auch wie das SZ Magazin oder wie das Zeit Magazin so einen Beileger zu machen. Ist auch ganz honorig und ganz OK. Und für die hab ich im Sommer jetzt so eine Geschichte gemacht über einen Ort in Brandenburg bei Berlin, so eine Gegend wo ganz viele Berliner Häuser kaufen. Lange Jahre galt Brandenburg so als No Go Area, da wollte man nicht sein, weil zwar vielleicht ganz schön, ist man vielleicht mal zum Baden rausgefahren, aber länger wollte man sich da nicht aufhalten, weil die Leute irgendwie einfach Scheiße sind. Inzwischen hat sich das aber krass geändert, weil tatsächlich gibt’s wahnsinnig schöne Ecken in Brandenburg und es gibt schöne Dörfer und schöne Häuser und klar, irgendwie alle wollen dann doch aufs Land, Landhaus mit den Kindern, alle kriegen Kinder irgendwann und wollen dann denen auch noch was anderes bieten als nur so ne vollgekackte Berliner Straße. Also kaufen alle Häuser. Was bedeutet das für das Land, dass die Preise extrem steigen. Die Berliner Immobilienpreise sind ja ohnehin schon extrem gestiegen in den letzten 5 Jahren und diese Entwicklung setzt sich parallel fort, auch im Umland, also tatsächlich auch weiter weg, so zwei Stunden von hier. Und es gibt halt so Hotspots, so Orte wo die sich bevorzugt Häuser kaufen weil die Orte einfach schön sind. Das heißt es wird so eine Idee von Gentrifizierung in so Kaffs nach Brandenburg exportiert. Wo du vor 5 Jahren ein Haus für 30.000 Euro kaufen hättest können, das kostet jetzt 300.000. Und darüber habe ich eine Geschichte gemacht. Ich kannte den Text nicht und bin dann einfach hingefahren und hab gemacht was ich wollte. Das ist eigentlich das schönste, wenn man so total frei arbeiten kann.

MS: Glaubst du das braucht es auch eine neue Art des Sehens?

T: Ja man muss die Leute zum Sehen erziehen, aber ich glaube das war schon immer so. Auch Bilder muss man lesen können und Bilder werden von verschiedenen Leuten auch ganz verschieden gelesen. Und hat

man aber so wenig Einfluss drauf wie andere Menschen Bilder lesen. Das hat ganz viel mit dem eigenen Erfahrungshorizont zu tun. Meine Mutter sieht auf meinen Bildern etwas ganz anderes als ich. Und da muss ich das dann auch irgendwann loslassen und sagen keine Ahnung was ihr damit macht. Ich mache Bilder aber, wenn überhaupt, für Publikum, also ich versuch das nämlich ehrlicherweise auch ein bisschen, also ich versuch mich davon ein bisschen freizumachen schon während des Fotografierens darüber nachzudenken ob die Leser_innen oder Betrachter_innen das verstehen und wie die das lesen. Ich mach das ehrlicherweise erst mal so wie ich das gut finde und ich wie das gerne sehen würde. Und dann ist es wahrscheinlich so dass ich davon ausgehen muss das Bilder am ehesten gelesen werden können von Menschen die darin ein bisschen Übung haben. Was heißt das? Das heißt, dass ich vielleicht für ne Nische arbeite. Nämlich für die Leute, die sowieso schon wissen was los ist. Das ist natürlich ein Problem. Andererseits wenn man den Mainstream bedienen will, dann muss man Mainstream machen. Deswegen sind die Scorpions auch so erfolgreich, weil die halt einfach Mainstream-Musik machen. Die ist Scheiße die Musik, aber sie wird halt Millionenfach gekauft und die sind wahnsinnig erfolgreich. Aber ich will keine Bilder machen wie die Scorpions Musik machen. Kann ich nicht. Also muss ich damit leben, dass die Audience halt eher klein ist. Und freu mich dann trotzdem natürlich wenn ich so Rückmeldungen kriege: „Geiles Bild.“ Das gibt’s natürlich auch regelmäßig, aber ich kann jetzt nicht sagen dass das ein Massenphänomen ist. Und ich hab keine Antwort darauf wie man den Leuten das Sehen beibringen soll. Zumal wenn die Zeitspannen immer kürzer werden. Aber da komm ich nochmal zurück zu dem Punkt: „wie versuche ich die Leute bei der Stange zu halten?“ Das versuche ich über so kleine visuelle Eingriffe. Die setze ich auch bewusst, bzw. einfach auch generell versuche ich das immer zu mitzuimplementieren.

MS: Einer der zentralen Faktoren ist Zeit.

T: Dazu kommt, dass natürlich das Lesen – also ich schließ da jetzt mal das Bilderlesen mit ein – dass das ja eigentlich nur noch auf dem Handy stattfindet. Auch Texte werden ja gar nicht mehr auf Bildschirmen gelesen, sondern auf dem Handy. Was heißt das? Das heißt die Leute lesen Onlineangebote – eh klar – die Onlineangebote sind aber eigentlich nur ausgedünnte Angebote der immer noch in vielen Fällen der eigentlichen Angebote, bzw. die stecken dann hinter einer Paywall oder so, aber oftmals wenn ich jetzt auf ZeitOnline gehe oder sonstwo, dann sind die Texte relativ kurz und die Bilder die dafür verwendet werden sind oftmals gar nicht die, die es zum Beispiel in dem gedruckten Heft wie dem Zeit Magazin gibt. Es sind oft nicht die Bilder die im Heft sind, sondern aus Kostengründen irgendwelche anderen, irgendwelche Stockphotos. Das heißt ich dringe zur Masse der Leute überhaupt nicht durch. Jetzt hat die Zeit noch 400.000 Leser_innen, das sind schon relativ viele, aber die die das Ding nicht gedruckt in der Hand halten, also alle Jüngeren, die sehen das gar nicht, weil die Bebilderung online meistens ziemlich lausig ist. Was mach ich jetzt? Ich versuche, das ist ein relativ neues Phänomen, wenige Jahre alt, ich versuche unabhängig von den Medien für die ich arbeite und in deren Auftrag ich durchaus auch Inhalte produziere, diese Inhalte auf meinem eigenen Kanal rauszuspielen. Das heißt, natürlich versuche ich auf Instagram den Leuten das zu zeigen von dem ich denke, dass das richtige Bild ist oder so. Also das ist sozusagen auch die Chance von Instagram. Was natürlich wahnsinnig wichtig ist als Fotograf_in. Dass man gar nicht mehr diese blinde, unklare, anonyme Käuferschicht oder das Publikum hat und man da halt so ein Mittler dazwischen ist und man hat überhaupt keinen Kontakt mehr mit dem Verbraucher. Sondern man tritt einfach direkt in Kontakt mit dem Publikum. Das hat schon was, das man zwar einerseits im Auftrag gemacht hat, dann die Ergebnisse aber auf seinem eigenen Kanal ausspielt sozusagen.

MS: Du übernimmst damit eigentlich wieder die Hoheit des Bilderzeigens.

MS: Es geht bei CJ auch ganz stark davon wegzukommen Menschen als Opfer darzustellen? Würde ist da ja ein wichtiges Element...

T: Was ist ein Opfer? Schon allein das Urteil darüber ist schon relativ dreist. Opfer ist natürlich wenn jemand gerade einen Unfall hatte und daliegt und blutet, dann ist das offensichtlich. Dann würde ich vielleicht sogar trotzdem ein Foto machen, aber nicht so dass man den erkennt.

Dann kommen wir in so eine unklar undefinierte Sphäre von wer ist eigentlich Opfer oder nicht. Da war einer dabei (in Jaywick, Anm.) der war jetzt aus meiner Perspektive, aus der des Autors und mir ein ziemlich armes Würstchen. Den haben wir auf der Straße kennengelernt, vor dem Haus seiner Freundin, wo er auch wohnte. Da sind so Minihäuschen die da stehen. Dann hat er uns auch noch sein Häuschen gezeigt. Wir haben ihn so gefragt, ja du wohnst ja woanders und so, zeig doch mal, und dann hat er uns so ganz bereitwillig da hin geführt und dann sind wir da rein und der Autor ist gleich rückwärts wieder rausgefallen, weil das Haus das kann man sich nicht vorstellen... das war so krass. Das war eigentlich nur noch, er hat zwei Hunde gehabt und die Hunde haben in dem Haus gelebt und er ist da nur noch hingegangen, um die Hunde zu füttern. Er hat die Hunde aber auch nicht rausgelassen, das Haus war ein einziges Hundeklo. Das hat so gestunken, es war alles voll mit Pisse und Kacke und so. Und er hat uns aber da reingeführt und hat erklärt „hier ist das wohnzimmer, hier ist das schlafzimmer...“; alles war vollgeschissen, der hatte diesen... Niemals würde ich das jemanden zeigen wenn meine Wohnung so aussehen würde. Ist doch klar irgendwie. Der hatte diesen Gedankengang nicht. OK. Was mach ich denn da jetzt? Jetzt hätte ich da natürlich so ganz hart... ich hab ein Foto von dem Haus von innen aber nur wie einer der Hunde auf dem Sofa sitzt. Da sieht man das ganze Drama nicht, man kann es ahnen, aber könnte auch einfach nur ein ärmlicher Haushalt sein. Und ihn hab ich draußen fotografiert. Auf der Straße, der sieht schon sehr traurig aus, also der hat so einen traurigen Blick, aber ein trauriger Blick ist nicht notwendigerweise verbunden mit Armut. Das ist davon irgendwie entkoppelt. Genau, dieses Entkoppeln von der total krassen Situation in der wir gerade waren und seiner Rolle dabei und seiner Verantwortung dafür auch, die hab ich halt einfach zerschnitten und gesagt das geht nicht, das kann ich nicht drin fotografieren, wir gehen jetzt raus und ich mach das Foto vor dem Haus auf der Straße und das Haus sieht man auch nicht und so. Klar mach ich mir darüber Gedanken wie geht das? Dann gab es einen anderen, der wohnte auch in einem sehr ärmlichen Haus, es sind dort alle ärmlich. Der hatte nichts an, bis auf einen Schlüpfer. Der machte auch keine Anstalten sich was anzuziehen. Ich hab ihm dann gesagt er soll sich wenigstens eine Hose anziehen, das hat er dann auch getan und der Oberkörper blieb frei. Ein mächtiger Bauch, der sich so überwölbte. Und dann stand der da so in seiner Küche und trank Kaffee und der sah aber gut aus, da sah nicht eklig aus oder so, das hatte auch was Starkes dabei, was Männliches. Das fand ich irgendwie ganz gut, das hatte so was Kraftvolles. Und dann gibt es so diese Küche im Hintergrund, die jetzt auch nicht besonders eklig aussieht, obwohl sie es eigentlich war, aber es macht nicht so den Eindruck. Das find ich dann OK, das würd ich jetzt auch nicht verheimlichen, aber man muss halt immer gucken ob – geht das grad noch so oder führ ich den jetzt vor und ich hab nicht das Gefühl, man führt ja jemanden auch nicht vor nur wenn man ihn mit freiem Oberkörper zeigt, und dann ist die Frage wie weit kann ich da gehen? Der hat jetzt halt einen Bauch und so, aber der Bauch sieht eigentlich ganz geil aus. Der sieht nicht Scheiße aus der Typ.

Anhang 4 – Interview Kurt Prinz

Datum: 08.01.2019

Persönliches Interview. Unredigierte Originaltranskription.

Infos zur Person: Der in Wien lebende Fotograf Kurt Prinz arbeitet seit über 10 Jahren an verschiedenen fotografischen Projekten. Commercial Assignments helfen ihm dabei, seine freiberuflichen Arbeiten zu realisieren, die von Fotojournalismus bis zu künstlerischen Arbeiten aller Art reichen. Er arbeitet oft mit dem Maler Christopher Sturmer zusammen, mit dem sie 2006 die Kunstfigur "Stirn Prumzer" gründeten, eine Mischung aus gemischten Medien, Malerei, Fotografie und Live-Action.

MS: Wie sieht deine fotografische Praxis aus?

K: Ja das kann man leider auch ... also ich hätte gerne, das wär sehr schön, wenn ich. Vielleicht komme ich nochmal zu dem Punkt, aber eigentlich wenn man sagt ok man macht jetzt jedes Mal genau gleich, nach genau den gleichen Mustern. Das wär oft das Spannende, das man sagt man macht immer das gleiche, um das möglichst zu standardisieren. Aber das geht halt oft nicht so leicht, weil du halt wirklich... es ist ein Unterschied wenn ich jetzt eine Geschichte habe, wie jetzt bei der Indianer, die jetzt über 6 Jahre geht und eigentlich auch sehr journalistisch geprägt ist, oder ob ich jetzt eine Geschichte hab wo ich eigentlich am nächsten Tag abgeben muss. Wo du jetzt vielleicht wo hinfährst und dann hast du da den Termin, der dann eine Stunde, oder auch nur 10 Minuten dauert und du musst eigentlich probieren das in 10 Minuten zu erzählen, oder ob du jetzt 6 Jahre Zeit hast.

MS: Das ist definitiv ein Unterschied.

K: Deswegen. Aber es wär natürlich schön. Also am liebsten wäre es mir eigentlich wenn ich immer gleich arbeiten könnte und immer gleich angehen könnte. Weil eigentlich...

MS: Was ist dein Idealzustand?

K: Der Idealzustand ist natürlich der, das bin ich jetzt nochmal drauf gekommen, eigentlich fast auch... dass ein gutes Bild jetzt eigentlich nicht so viel von der Kameratechnik abhängt und wie man das jetzt angeht. Eigentlich das Grundelement wie viel Zeit steckst du rein, wieviel Zeit verbringst du eigentlich dort. Und wenn ich zwei Stunden wo bin, dann ist es ein anderes Bild, als wenn ich drei Tage mit jemandem verbringe. Das ist eigentlich glaube ich so ein Hauptpunkt, dass man eigentlich fast noch keine glaub ich jetzt, kaum, durch irgendeine Kameratechnik, oder irgendeine formales Vorgehen, das irgendwie wettmachen kann, dass einfach die Zeit da ist. Weil je mehr Zeit du verbringst, desto mehr siehst du eigentlich, bekommst du mit und siehst du auch an dem was rundherum passiert und dadurch kannst du dir ein komplexeres Bild machen und kannst auch vielleicht komplexere Bilder einfangen. Das ist es dann fast egal ob du das mit einer Digitalkamera oder mit einer Analogkamera... Ich meine so formale Kriterien gibt es schon, aber ich glaube dass es ganz stark davon abhängt wieviel Zeit man investiert.

MS: Das Thema Zeit begegnet mir in meiner Recherche auch immer wieder. Es spielt auch eine Riesen Rolle wie viel Zeit ich habe, um mir Bilder anzusehen. Auch in der Redaktion, wieviel Zeit hat der Bildredakteur, um diese Strecke auszuwählen und zu arrangieren.

K: Aber im Grunde, was probiert man... man hat... das ist auch wirklich gefährlich. Also man geht ja mit einer gewissen Erwartungshaltung hin. Wir machen jetzt eine Geschichte über das und das, der oder die ist

jetzt so oder so und dann probierst du natürlich in dem Rahmen der dir zur Verfügung steht möglichst dieses Gefühl halt auf den Punkt zu bringen. Oder eben, es kann ja eben auch sein dass du dann wohin kommst und mit der Einstellung hingehst und die bestätigt sich dann nicht. Und dann ist dann die Frage: bleibst du dann dabei? Oder probierst du dann schon auch dass auch darzustellen. Nur oft will ja das niemand, weil man will ja oft... wenn die Redaktion mich jetzt hinschickt, das ist die Geschichte. Dann wollen die eigentlich vielleicht gar nicht sehen dass das vielleicht jetzt gerade dort so gar nicht ist. Vielleicht ist es auch nur gerade im Moment nicht so und in Wirklichkeit eh so. Das macht es natürlich auch wieder komplex, weil ja Fotografie ja wieder auch nur diesen... ja sehr manipulativ verwendet werden kann. Das heißt, ich kann ja auch bewusst Sachen so aussehen lassen, obwohl sie gar nicht so sind. Und wie ehrlich bin ich dann bei der Auswahl? Vielleicht gibt's dann irgendein Bild wo ich unter Anführungszeichen populären Maßstäben halt irgendwie seinen Kick hat oder wo du sagst: das wär es jetzt! Aber vielleicht gar nicht für das spricht, was jetzt eigentlich, vielleicht nicht so die Realität widerspiegelt. Das macht das natürlich auch noch mal viel schwieriger. Es kommt ... die Ethik dahinter ist nochmal ordentlich schwierig. Also die eigene, also geh ich nach dem besten Willen, oder probier ich einfach mein Gespür freien Lauf zu lassen, wie ich es empfunden habe. Und dann ...

MS: Wie machst du es eher?

K: Naja. Es ist alles... es hat alles so ein bisschen, es ist schon so eine auch sehr, wie soll ich sagen, oft sehr gefühlsorientierte Geschichte oft, die man oft ist das alles nicht so... Grenzen verschwimmen alle. Es hängt von so vielen Sachen ab, was da jetzt ist. Weil vielleicht nehme ich auch die Realität falsch wahr und projiziere da jetzt gerade irgendwas rein und probier dann was... eine Projektion von mir festzuhalten, die aber auch vielleicht nicht stimmt, weil ich das grad seh. Oder vielleicht tendiert man manchmal dazu was zu romantisieren oder zu ... oder man denkt sich: eigentlich will ich es nicht so grindig darstellen, oder so hart darstellen wie es ist. Oder muss man immer bis zum Äußersten gehen und immer die völlige Härte...? Das ist... Ich tendiere generell glaub ich schon teilweise dazu ein bisschen – von der fotografischen Praxis – dass ich einfach auch oft schöne Bilder kreieren will. Das heißt, einen leichten Hang zur Ästhetisierung habe. Manchmal denke ich mir so, fuck, warum ned mehr Grind.

MS: Im Endeffekt – das journalistische Bild kann viele Funktionen haben – wir glauben halt immer dass das journalistische Bild halt nur das Bild ist das die Wahrheit zeigt.

K: Das gibt es sowieso nicht.

MS: Ich finde das journalistische Bild kann auch ästhetisieren.

K: Das ist halt generell bei Fotografie. Was dann nochmal dazu kommt, was für mich oft es sehr schwierig macht, das ich ja nicht nur Journalismus mache, sondern dass ich auch kommerzielle Projekte mache, recht viel. Zum Beispiel viel für die ... zum Beispiel ÖBB Mitarbeitermagazin. Und dort wird wieder was anderes erwartet. Da gehts auch wieder darum... da muss es eher eine schöne Geschichte sein. Und das Problem, was ich oft merke ist, dieses Umschalten, also auch im ganzen Emotionalen und Technischen, die ganze Herangehensweise. Weil wenn man das eine jetzt mal macht und dann bist du auf einmal wieder in der Welt. Das du dann wieder komplett anders arbeiten musst, das lerne ich auch jetzt erst wieder. Dass man dann wieder komplett umschalten muss und sich auch andere Standards, also wenn man jetzt probiert und von standardisierten Prozessen auszugehen, was vielleicht jetzt die Kamera und die Technik und so betrifft... und auch auf was man dann draufhaltet und wie man vielleicht draufhält und welche Härte von Bildern. Weil das eine will man ja immer schönern und beim anderen muss man manchmal auch ein bisschen weniger schönen

und einfach mal das rausholen. Wenn man es zu sehr schön, dann verliert es an Kraft und das ist auch grad so ein Punkt wo, der sehr komplex ist. Dieses Umschalten oft, weil man kann...

MS: Es gibt ja wahrscheinlich auch nur mehr sehr wenige reine Reportagefotografen?

K: Also bis in die Anfang Nullerjahre war das. Da hast du eigentlich noch richtig gut Geld verdienen können. Da war das auch noch ganz anders, weil das Internet noch nicht so stark war. Dadurch haben wir die Bilder eigentlich hauptsächlich aus den Magazinen rezipiert und das ist ja jetzt nicht mehr die Notwendigkeit. Wenn ich heute Bilder sehen will, dann brauch ich nur die Google Suche aufmachen und hab das noch viel komplexer, als wie wenn ich mir ... früher hab ich mir einfach ein GEO gekauft um zu sehen, wie schaut es eigentlich aus in Papua Neu Guinea und so. Das ist ja jetzt alles nicht mehr so ... es gibt 1.000 Netflix-Dokus, das ist ja alles viel, das hat sich ja komplett verändert. Auch so die Aufgabe vom Fotojournalisten. Journalismus verändert sich auch grad irrsinnig und das hängt natürlich auch damit zusammen.

MS: Wie vermittelst du komplexe Themen auf einer visuellen Ebene?

K: Wenn ich jetzt zum Beispiel von „Indianer“ ausgehe, es ist die Vielschichtigkeit... Es kommt eigentlich auf die... es entsteht wirklich durch die Zeit. Das bin ich schon... Die Zeit ist da wirklich ein maßgebliches Kriterium glaube ich, weil... Also auch eben um so Sachen auszuschließen „wie fühle ich mich grade, wie fühlt sich der grad“. Ich bin jetzt, oder „wie seh ich das jetzt?“ Wenn man das jetzt halt über länger betrachtet, dann kriegt man mal eine gewisse Distanz, oder ein gewisses Einschätzungsvermögen was jetzt so ist und was man jetzt ein bisschen romantisiert. Und wenn man sich länger damit beschäftigt, dann kann man das ein bisschen besser einschätzen. Ich glaube dann ist man nicht mehr so bildgetrieben. Ok da ist was... Und dann natürlich in der Auswahl. Das ganz Entscheidende ist dann nochmal dass du sagst „OK, jetzt haben wir das. 1.000 Fotos und welche 20 nehme ich jetzt?“ Und das ist ja immer der Punkt auch wieso man ja nicht... es gibt ja kein neutrales Bild. Also im Journalismus. Wenn man jetzt nochmal die Journalismusfrage stellt und sagt „ja der Journalismus...“ Objektivität, das gibt es sowieso nicht. Das ist eine absolute Illusion, dass es irgendwas gibt wie ein neutrales Bild. Im Digitalen und im Analogen. Das war immer schon so. Sobald ich einen Ausschnitt nehme, habe ich irgendeine Intention und dadurch ist es sofort subjektiv. Es gibt ja auch keinen neutralen Dokumentarfilm. Man kann nur... das neutralste ist noch, wenn man alle seine Produktionsmethoden möglichst offenlegt. Oder ganz objektiv sagt „OK, ich habe bei dem Bild das deswegen so gemacht.“ Oder das möglichst standardisiert und transparent darlegt, warum man welches Bild ausgewählt hat. Das ist für mich noch die neutralste Form der Berichterstattung.

MS: So eine Form von zusätzlicher Kontextualisierung?

K: Genau. Zusätzliche Kontextualisierung. Dass du sagst, das Foto ist in dem und dem Kontext entstanden und ich hab das aus den und den Gründen ausgewählt. Das es niemand macht, aber eigentlich... bei Filmen gibt es das schon manchmal, manche Dokus. Aber das wäre eigentlich die korrekteste Form oder der Neutralität am nächsten kommende Form, weil man da alle Zugänge... und der Betrachter und die Betrachterin das auch einordnen kann.

MS: Es gibt ein Projekt das Four Corners heißt, das versucht diese zusätzliche Kontextualisierung über Hypertext zu lösen.

K: Ich muss ein 35er, oder ein 50er oder ein 200er drauf tun. Und das ist der Ausschnitt und damit ist es schon mal so ein Eingriff in das was da in dem Bild passiert und ob das auch jetzt... das ist so komplex...

Ob es schön wird, ob es eher ästhetisch wird, oder ob das alles eigentlich nur ist wie ich es gerade will. So oder so. Alleine schon ob es auf Augenhöhe, oder ob du so kommst, da entsteht schon irrsinnig viel.

MS: Könnte ein Visual Constructive Journalism das leisten? Ist ein Bild Realität?

K: Eher Aufklärung dass es das nicht ist.

MS: Der Fokus auf Wahrheit ist ein großes Problem meiner Meinung nach.

K: Das ist das gleiche beim Schreiben auch.

MS: Wie gehst du mit der Darstellung von Opfern um?

K: Natürlich will man immer aufpassen und niemand in eine Rolle drängen, aber wie... es ist natürlich das, ganz viel passiert da auftraggeberseitig, zum Beispiel die Caritas wird dir auch erklären, dass das Kind mit den großen schwarzen Augen, auch das Bild ist was auch funktioniert in der Kommunikation. Dadurch kann es schon mal passieren dass man da auch beschränkt ist. Aber wer jetzt nicht durch den Auftraggeber beschränkt ist, da was zu machen, dann... es kann trotzdem... es ist sehr schwer manchmal weil wenn man ehrlich ist, dass auch immer zu umgehen, weil oft diese Verhältnisse ja nicht nur auf den fotografischen Prozess beschränkt sind, sondern generell auch real sind. Das heißt, wenn jetzt zum Beispiel, ich in irgendeinem anderen Land bin als privilegierter weißer Europäer, der alleine schon für den Flug wahrscheinlich das bezahlt was die Menschen in dem Land in einem halben Jahr oder Jahr verdienen, dann ist schon sowieso ein großes Gefälle da, zwischen ... man fühlt sich eigentlich sowieso als Täter durch seine Privilegien. Und dann, also wenn man nicht mal reell dazu, also man könnte sozusagen wieder bewusst umgehen in einem fotografischen Prozess, dass man sagt OK ich stell da halt jetzt... aber was wäre das andere Extrem? Eigentlich wäre dann wieder unter Anführungszeichen so eine Ästhetisierung der Armut. Man gibt den Leuten ihre Ehre und so und stellt das total schön dar... Das Kind das bettelt, das kannst du jetzt entweder von oben, wie es dich so anschaut und bettelt, das totale Opfer. Oder man könnte es vielleicht auch mit seiner Familie und Freunden wie es spielt und lacht am Strand. Das könntest du genau so darstellen und es würde aussehen als ob das Kind total viel Spaß und Freude hat. Und das ist dann die Frage, was das bringt, oder wo man da hinwill. Eigentlich umschiffst man auch wieder reale Zustände. Es geht natürlich auch um die Frage... da gibt es das Buch von Susan Sontag „Das Leiden anderer betrachten“ - wo sie genau auf diese Frage, das ist jetzt bei der Kriegsfotografie noch viel mehr, wo ist die Grenze zwischen Aufdecken und Voyeurismus? Welches Bild verändert dann dadurch Realität, weil alle sagen „schau, so arm, da müssen wir jetzt was tun“ und welches ist so „arg, arg...“ und dient diesem Voyeurismus. Da gibt es keine klare... Es gibt auch keine... weil man in jedem Ding wahrscheinlich etwas falsch macht. Weil man es zu sehr ästhetisiert... wenn man zu sehr sagt man will nicht das Opfer haben, dann geht man ständig in die andere Richtung und verschönt und ästhetisiert und verniedlicht das alles. Und wenn man zu sehr in die andere Richtung geht, dann ist das halt zu sehr das Opfer. Das kann halt auch wieder nur von der... das muss halt auch wieder... Eigentlich ist ja jedes Bild auch... Das ist ja das nächste. Jedes Bild ist ja nicht einfach so da. Jedes Bild wird ja immer, entsteht ja immer in einem Kontext. Und wenn ich ein Bild sehe von wem anderen, dann sieht er das auch immer in einem Kontext. Entweder ich sehe was der grad auf Facebook postet, oder ich sehe es weil ich es auf einem Blog finde, oder ich sehe es auf einer Website, oder ich finde es in einer Zeitung. Da ist ja auch ganz entscheidend, was die Bildunterschrift ist und in welchem Kontext das gleiche Bild auftaucht. Das kann eine komplett andere Aussage kriegen, wenn es halt so oder so ist. Manche Bilder können schon so stark sein, dass die Aussage... Das ist die Frage? Ich glaube schon dass es Bilder gibt, die so arg sind, wenn es jetzt wirklich von bettelnden Kindern... das egal welche Bildunterschriften du drüber schreibst, jeder wird immer nur auf das Bild schauen und sagen: pffff no. Ich glaube schon es gibt Bilder, die stark genug in ihrem

positiven oder negativen... das es Bilder gibt, die in ihrem positiven oder negativen Aussage so stark sind, dass sie die Bildunterschrift oder den Kontext auch wegbrennen ein wenig. Aber natürlich geht es auch in die andere Richtung.

MS: Was könnte ein Mittelweg sein? Perspektive?

K: Machts das wirklich besser, wenn wir in die Augen schauen? Also ich hab jetzt zum Beispiel in Rumänien, das war ganz arg, ein Kind und das was war... das stand da auf der Straße und hat echt so mit einer Ziehharmonika gespielt und der war vielleicht 6, 7. Ganz allein. Und hat das auch nicht können. Und das hat so traurig ausgesehen und so traurig gewirkt. Ich hab mir gedacht, ich kann da jetzt von dem kein Foto machen, das halte ich nicht aus. Das ist so... und dann dachte ich mir, irgendwie muss ich es doch festhalten und dann habe ich ein Video gemacht, weil das diese Traurigkeit, wie er es gemacht hat, noch mehr auf den Punkt bringt, wie er da so spielt. Und ich hab geglaubt die sind ganz woanders und auf einmal kommt der Seidl mit seinem ganzen Filmteam. Ich habe nicht gewusst, gehört der jetzt zum Set dazu, war der wirklich gecastet. Natürlich steh ich da gerade mit der Kamera und ich seh die kommen, absolutes No Go dass der Selfotograf im Bild ist, hab mich gleich umgedreht und bin weg. Dann haben die mit dem Kind gedreht und sind da rundherum und sind dann wieder weg und ich hab mir gedacht, jetzt muss ich es fotografieren, weil jetzt war es im Film. Dann habe ich ganz unauffällig ein paar Bilder gemacht und dann habe ich nachher gefragt „das Kind, gehört das zu euch?“ „nein, nein das haben wir zufällig gesehen.“ Das war auch so abstrus, weil ich tue mir schon schwer... zum Beispiel auch in den USA, die ganzen Obdachlosen. Ich tue mir irrsinnig schwer dann einfach draufzuhalten. Weil ich weiß ich bin grad auf Urlaub da. Weil ich kann jetzt nicht einfach... ich habe zwar gewusst, das wäre ein totales Thema, aber irgendwie finde ich es auch total pervers im Urlaub so nebenbei Obdachlose fotografieren damit ich ein gutes Portfolio hab.

MS: Das hat so was von Sozialporno.

K: Genau. Wenn man was macht, dann müsste ich wissen, OK, ich mache jetzt eine Geschichte drüber und die wird dann vielleicht auch irgendwo veröffentlicht. Dann nehme ich mir auch richtig Zeit und mache nicht nur... Weil das geht ja nicht so nebenbei, da musst du ja schon ein bisschen zeigen wie es denen geht. Gibt's Sozialorganisationen, schauen wir uns die richtig argen Sachen an. Nicht nur ein bisschen arg, sondern du musst halt schauen wo sind die richtigen Zeltstädte. Und dann eigentlich wieder zu überlegen, was sind die Bilder, die vielleicht wirklich einen Aufschrei erzielen. Ich glaube so musst du es eigentlich anlegen. Das du sagst, OK, das ist jetzt das Problem, oder mit dem Thema mag ich mich jetzt befassen und in welchem Kontext kommt das dann und für den Kontext, welche... also das musst halt glaub ich total strategisch angehen. Wie auch der Bildredakteur sagt: was bringt mir die Klicks? Da ist das Thema, auf das möchte ich aufmerksam machen – welche Bilder erzeuge ich jetzt, damit das Thema von einer möglichst breiten Öffentlichkeit möglichst in einer positiv verändernden Richtung rezipiert wird. Wie kann ich so... Was sind die Bilder die ich brauche? Und dann kann ich sagen, OK, ich brauch jetzt ein Bild von einem leidenden Kind dass in die Kamera schaut, dann find ich es auch völlig legitim das Bild zu machen. Das ist für mich jetzt auch nicht so schlimm, wenn man damit in weiterer Folge... wenn man davon ausgeht, dass sich vielleicht dadurch für die Lebensumstände von denen ändern... dann glaub ich, ist das denen ja auch nicht unrecht.

MS: Wie kann ich die Geschichte fotografisch so erzählen, dass sie konstruktiv wird?

K: Manchmal muss man halt auch die harten Sachen zeigen. Aber dann muss man manchmal halt richtig die ganz harten... oft ist das Problem, dass man vielleicht so in der Mitte stehenbleibt. Weil im Endeffekt ist es

nicht das Kind, sondern du bräuchtest eigentlich... das Kind muss vielleicht noch verletzt sein, das muss noch... das muss richtig weh tun glaub ich. Und nicht nur so ein bisschen. Das ist vielleicht das Problem, dass man so im Mittelfeld hängenbleibt. Aber wenn ich ein richtig hartes Bild hab... Natürlich ist das ein Opfer, aber das ist in gewisser Weise wahrscheinlich notwendig.

MS: Wie oft kennst du den Text vorher schon?

K: Text oder Idee?

MS: Text.

K: Eigentlich selten wenn ich so darüber nachdenke. Hab ich bis jetzt lustigerweise... aber nicht so oft eigentlich.

MS: Bist du öfter mit den Redakteuren unterwegs, oder alleine zu einem anderen Zeitpunkt?

K: Beides. Aber meistens schon eher mit. Wobei... Es kann wirklich beides sein. Ich finde es ja oft gut, im Sinne meiner... je mehr Zeit desto besser. Du kannst eigentlich davon ausgehen, dass wenn du nochmal hinfährst, dass sich das immer auszahlt. Ich glaub das war es eh. Was war die Frage nochmal?

MS: Die Frage war ob Text da ist.

K: Nein, das hab ich eher selten, dass der Text da ist. Größtenteils geschehen sie dann nachher.

MS: Also vor Ort macht dann der Redakteur die Interviews und du fotografierst?

K: Ich hab schon viel für Magazine gearbeitet. Es ist auch wirklich ganz unterschiedlich. Auch von der Herangehensweise. Es ist ein Unterschied wenn ich für Rokkos Adventures eine Geschichte mache, oder fürs News, fürs Datum. Es ist immer anders ein bisschen. Es ist schon gewisserweise... aber im Endeffekt...

MS: Schon auch stark was für Bilder sie wollen oder?

K: Ja eh. In gewisser Weise. Ich finde, das ist halt auch wieder mein Punkt, aber man darf sich als Fotograf dann auch wieder nicht zu sehr von dem... also den Fehler hab ich glaube ich eh schon viel zu oft gemacht, aber man darf sich da eigentlich nicht beeinflussen lassen. Eigentlich. Und eigentlich finde ich, musst du in deiner Fotografie stringent sein. Und dann eigentlich die richtigen Medien dir suchen, als irgendwie dich nach Medien richten. Also wenn du sagst, OK wenn es fürs News zu hart ist, dann mache ich halt für wen anderen. Das müsste man eigentlich so machen. Das ist glaube ich auch langfristig die einzige Möglichkeit um überlebensfähig zu bleiben, weil ich glaube dass in dem Segment extrem viele Leute nachkommen und extrem viel auch passiert die ganze Zeit.

MS: Hast du das Gefühl dass der Fotojournalismus sich verändert hat in den letzten Jahren?

K: Ja total. Voll. Extrem. Es ist viel demokratisierter geworden. Es ist ja auch einerseits gut, das hat alles mit der Entwicklung der Kameras zu tun. Ich kann jetzt mit einem Handy auf Twitter, also wenn ich ein gutes Auge habe, kann ich mit einem Handy super Fotos machen. Und super Messages am Punkt bringen. Und das ist viel unmittelbarer und echter, weil ich brauche ja eigentlich... viel brauche ich ja beim journalistischen Bild oft... ich brauche ja nicht eine... das ist früher in den 90er Jahren, da wollten wir eher schöne Reportagen haben. Aber eigentlich wenn man es ganz genau so sieht, in vielen Zusammenhängen brauche ich das nicht. Weil das nehme ich oft gar nicht ernst, weil dann denke ich mir – das ist schon wieder

inszeniert. Und wenn jemand mit seinem Handy, einfach ein Foto macht, empfinde ich das als total echt. Und wenn da jetzt grad irgendjemand, irgendein blödes Beispiel, zwei Politiker, einer dem anderen eine Ohrfeige gibt und es ist mit dem Handy gefilmt... wenn das wieder super professionell gefilmt ist, denk ich mir das ist inszeniert und das haben die wieder... Da finde ich das oft echter als Rezipient, als Zuseher, als wenn es zu sehr geschönt ist.

MS: Obwohl es nicht zwangsläufig echter ist.

K: Obwohl es nicht zwangsläufig echter ist, aber irgendwie... 3 Handyvideos von einem Verhalten, ist vielleicht... wirkt authentischer als wenn es nur eine große Kamera gibt. Muss jetzt nicht sein, kommt immer drauf an. Und die Frage ist eben, dass halt für so klassische Sachen, für manche Sachen braucht man oft nicht finde ich, um das ganz hart zu sagen, ist es jetzt gar nicht notwendig manches so zu bebildern. Oder es kann auch, es kann ja auch jemand selber machen. Es wird immer einfacher die Kamera, es wird immer besser. Alleine was sich von der technischen Ebene so verändert hat, ist dass die modernen Kameras es immer einfacher machen so zu fotografieren wie ich sehe. Alleine von der Lichtempfindlichkeit her. Das hat man ja bis in die Nullerjahre war das nicht möglich, weil zum Beispiel bei einer Lichtsituation wie hier hätte ich jetzt schon wieder so gutes analoges Equipment benötigt, damit ich das so festhalten kann, ohne dass ich blitze. Weil ich einfach so einen Blick festhalten kann. Mit den neuen Kameras kann ich eigentlich sehr leicht, so wie ich es sehe das Bild, so schaut das dann aus. Wenn zu wenig Licht ist, tue ich die ISO in die Höhe und... das heißt wenn ich ein halbwegs gutes Auge hab, dann kann ich eigentlich schon relativ schnell einsteigen. Und dann kommts eigentlich hauptsächlich drauf an, was erzähle ich für Geschichten. Das ist auch spannend. Wieviel Zeit verbringe ich. Wie tief bin ich in irgendwas drinnen. Das ist halt mittlerweile schon viel einfacher geworden, mit einem Standardgerät auch wirklich super Ergebnisse zu erzielen und auch ganz tolle Fotos zu machen. Das hat natürlich auch alles verändert, diese, was es früher gegeben hat, du brauchst einen super Profifotografen, damit der überhaupt halbwegs was schön einfangen kann, damit das nicht total trashig aussieht. Diese Funktion braucht es eigentlich nicht mehr. Das heißt jetzt denk ich mir, muss man eigentlich wenn man in dem Segment arbeitet, sich eben durch andere Sachen definieren. Das man sagt, OK, man hat eine zum Beispiel sehr gleichmäßige Bildsprache oder man hat diese intensive Auseinandersetzung mit Dingen und probiert halt über diesen neuen Ansatz sich irgendwie zu definieren. Man muss sich selbst inzwischen auch immer als Marke definieren, jeder will wissen wenn ich den jetzt buche, was krieg ich da jetzt dafür? Weil es hundert andere gibt, die auch schöne Fotos machen und dabei sind und voll motiviert und vielleicht nur die Hälfte kosten. Das ist... Was ist dein... Ich glaube das geht halt nur über so konstante Bildsprachen.

MS: Aber eigentlich ist das ja sehr befreiend oder? Rein theoretisch geht es dadurch ja viel mehr um die Inhalte?

K: Ich glaube auch dass der Journalismus grundsätzlich viel viel besser geworden ist. Das kriegen wir gar nicht so mit, aber eigentlich glaube ich dass in den letzten 10-15 Jahren alleine durch die ganzen Blogs extrem viel getan hat. Die Konkurrenz ist... du musst dir vorstellen, wie viele Zeitungen liest du mittlerweile? Du liest wahrscheinlich über Internet 20 verschiedene Zeitungen pro Tag, überall einen Artikel raus. Früher hast du gelesen 1-2 und dann hast du vielleicht noch ein Wochenabo gehabt. Und das war eigentlich alles von der gleichen Clique und jetzt ist das halt international und jeder ist... jeder kann was schreiben. Und die Großen müssen sich auch der Konkurrenz stellen. Dadurch glaub ich ist es schon von der Qualität her, enorm. Jeder kann sich quasi mitteilen und jeder teilt sich mit und das passiert auch die ganze Zeit. Es wird ja die ganze Zeit... Dadurch steigt das Niveau enorm. In der Fotografie und beim Schreiben. Ich glaube da hat sich extrem viel getan.

MS: Findest du dass es sich im Fotojournalismus auch so stark verändert hat?

K: Definitiv. Ganz ganz stark. Ein enormer Qualitätsanstieg finde ich. Auch durch das ganze Instagram und so. Es ist ja... wieviele Bilder da... Allein wie viele... Ich glaube es werden 80 Millionen Bilder geteilt. Pro Tag! Und du kannst es sofort einordnen. Jeder kann jeden einordnen. Ich seh sofort wenn der für ein Bild 5.000 Likes kriegt, da muss irgendeine Relevanz... oder so blöd das klingt, aber es hat...

MS: Ist das wirklich so?

K: Das ist schon eine echte Währung. Warum das jetzt so ist, warum der das kriegt ist wieder eine andere Frage, aber es ist schon... Reichweite ist eine reale, wieviele Leute du erreichst, ist eine reale, echte Währung.

MS: Ich glaube nicht, dass Likes für ein Foto zwangsläufig Reichweite sind.

K: Sonst bekommst du gar keine. Wenn du jetzt zum Beispiel 20.000 Follower hast und du stellst ein Bild online, dann hast 400 Likes. Und wenn du 1.500 Follower hast, hast 100 Likes.

MS: Wie ist das bei dir?

K: Ich hab 1.500 ungefähr und ich kriege zwischen 60, 70 und die guten 150. So blöd es ist, man ist total konditioniert. Dann freut es mich, man freut sich auch irgendwie drauf. Und es ist auch extrem wichtig, so blöd es jetzt klingt, als Fotograf mittlerweile Instagram zu haben, weil es auch viele... ich kenn schon ganz viele von den jungen Leuten, die bewerten nur nach dem. Und in gewisser Weise hat es auch Relevanz. Denn sobald der... Es ist schon so, das muss man leider auch sagen... Natürlich gibt's Schwammerln mit ganz vielen Likes, aber meistens ist schon ein gewisses Level da, wenn jemand... Grad bei den Fotografen merkst du schon wenn du jetzt mal über 10- oder 20.000 hast, dann kriegst du die nicht so. Die tun ja nicht in Indien Likes kaufen, sondern die bauen sich das ja auf, über Community, das ist alles auch ganz viel Arbeit dahinter. Und das ist jetzt, das darf man auch nicht so einfach abtun, das ist jetzt eh alles nur Algorithmus und Ding... Das ist echte Kommunikationsarbeit die die da reinleisten. Das du so viele Follower kriegst...

MS: Tobias Kruse zeigt auf seinem Instagram-Account seinen Follower_innen Fotos, die sonst nicht zu sehen sind – das ist ein schöner Zugang.

K: Das ist der Job von... das ist der Wunschjob aller... über 80% aller Jugendlichen wollen Videojournalist, Vlogger oder Instagram-Star werden. Es gibt ja auch genug, die einfach auf der Welt herumfahren und Fotos machen. Also wenn du mal 100 hast, deswegen ist das auch alles nicht so abstrakt wie man halt tut in unserer Generation. Da geht's um ganz viel. Wenn ich meine 100K, 200K hab, dann kann ich in der Welt herumfliegen und mein Ding machen. Meinen Account. Mein Ding befüllen. Dazwischen ziehe ich das Leiberl an und mach das mit den Turnschuhen... Die teuersten Posts gehen weg für Millionen. Die in der zweiten, dritten und vierten Reihe verdienen auch noch gut und wenn du nur deinen Urlaub gezahlt kriegst. Wennsd nur einen 1000er kriegst, ist es auch schon gut. Natürlich ist das auch nur eine Scheinwelt und sehr kurzfristig, aber es hat natürlich seinen totalen Reiz.

MS: Constructive Journalism beantwortet auch immer die Frage „Was jetzt?“ - wie könntet man das fotografisch darstellen? Kann ein Bild so eine Frage beantworten?

K: Ja. Sicher. Wenn zum Beispiel... wenn man jetzt eine Reportage hat, könnte jetzt... wenn man von einem armen Kind ausgehen, könnte das WasJetzt-Bild vom Sozialzentrum ums Eck sein. Also ganz banal eigentlich. Es kommt eigentlich im Kontext der Geschichte vor. Wahrscheinlich braucht man es über die Strecke. Aber man kann es wahrscheinlich auch in einem Bild zusammenkriegen. Theoretisch könntest du ja, um jetzt ein ganz simples Beispiel zu nehmen... könnte da ja das bettelnde Kind im Vordergrund stehen und im Hintergrund ist der Bus von der Hilfsorganisation in der Unschärfe. Dann hättest du vielleicht auch die Geschichte erzählt in gewisse Weise. Ich glaube schon, weil du kannst ja eigentlich in einem Bild eine Geschichte erzählen, in einem einzelnen. Und dadurch ist das glaube ich möglich. Wenn du eine Vision hättest, dass du sagst, das ist meine Vision von dem und so ist es jetzt und ich probiere mir jetzt ein Motiv zu suchen in dem ich diese Vision einfangen kann, dann ist Jackpot.