



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

**Im Spannungsfeld von Authentizität und
Manipulation, flächendeckender Dokumentation
und Deprofessionalisierung
*Zum Umgang von (Bild-)Redakteuren
mit digitalen Amateuraufnahmen***

verfasst von

Mag. phil. Christina Schuhmacher, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- & Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit eidesstattlich, dass ich die vorliegende Magisterarbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die vorliegende Arbeit wurde bisher weder in gleicher noch ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Wien, April 2015

Mag. phil. Christina Schuhmacher, Bakk. phil

Für Hali.

Danke für deine Geduld.

Vorwort

Am Anfang einer Magisterarbeit steht häufig nur eine vage Fragestellung, die erst zu einer konkreten Idee heranreifen muss. Die erste Berührung mit dem Thema der vorliegenden Abschlussarbeit erfolgte bereits im Sommersemester 2009 im Zuge eines Auslandssemesters in Kopenhagen, wo ich ein Seminar zu „The Photographic in an Era of Media Convergence“ besuchte. Zurück in Wien folgten dann eine Lehrveranstaltung zu „Redaktionsmanagement“, in der sich die Studierenden unter anderem Gedanken über den zunehmenden Einfluss des partizipativen Journalismus machten, sowie eine Vorlesung über „Investigativen Journalismus“. Im Zuge dieser Lehrveranstaltung beschäftigte ich mich mit den Vorgängen in Abu Ghraib – dem ersten Skandal, der durch die Veröffentlichung privater Fotografien ausgelöst wurde. In der Folge fügten sich diese drei Bereiche zu einer gemeinsamen Fragestellung zusammen und die Idee für die vorliegende Magisterarbeit war geboren.

Ich möchte mich an dieser Stelle bei Herrn Professor Hausjell für die kompetente Betreuung dieser Abschlussarbeit, zahlreiche ergiebige Gespräche und seine Ratschläge bedanken. Den interviewten Redakteurinnen und Redakteuren gebührt ebenfalls Dank dafür, dass sie mir offen Rede und Antwort gestanden haben. Zudem danke ich meinen Eltern für alles, was sie mir im Leben mitgegeben haben, und dafür, dass sie stets für mich da waren und sind. Ganz besonders möchte ich auch meinem Lebensgefährten für seine Geduld danken – jetzt ist es geschafft!

Zwei Anmerkungen zum Formalen: In der vorliegenden Magisterarbeit wurden Sekundärquellen in Fußnoten zitiert. Primärzitate aus den Experteninterviews sind mit dem jeweiligen Kürzel des Interviewpartners versehen, die zum Zwecke der schnelleren und einfacheren Zuordnung direkt im Fließtext angegeben sind. Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Magisterarbeit auf strenges Gendern und die explizite Nennung der weiblichen Form verzichtet. Wo Gender gerechte Sprache vermisst werden sollte, ist das weibliche Pendant gedanklich aber stets mit inbegriffen.

Zum Abschluss noch ein Wort in Sachen Urheberrecht: Die Verfasserin dieser Masterarbeit hat sich nach bestem Wissen und Gewissen bemüht, die Bildrechte bei den als Beispielen verwendeten Fotografien zu eruieren und korrekt anzugeben. Der Copyright-Vermerk zu den verwendeten Fotografien steht jeweils in der Bildunterschrift und findet sich dementsprechend auch im Abbildungsverzeichnis. Dieses ist im Anhang zu finden.

Inhaltsverzeichnis

I) THEORIE TEIL.....	1
1. Einleitung	1
1.1 Problemaufriss – von den Bildern aus Abu Ghraib bis heute	2
1.2 Forschungsfragen	6
1.3 Aufbau der Arbeit	8
2. Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte.....	10
2.1 Das Bild – ein Definitionsversuch	10
2.2 Bildmacht und Beweischarakter	14
2.3 Der Schein von Authentizität	17
3. Theorien zum Journalismus	23
3.1 Journalismus als System	23
3.2 Aufgaben des Journalismus	24
3.3 Subsystem Bild- bzw. Fotojournalismus	26
4. Bildjournalismus	28
4.1 Der Bildjournalist: Definition und Berufsbild	28
4.2 Fotojournalistische Darstellungsformen	31
4.2.1 Das Einzelbild	31
4.2.2 Bildserien	32
4.3 Authentizitätsanspruch des Pressefotos	34
4.4 Berichterstattungsmuster und journalistische Normen.....	36
4.5 Organisationsstrukturen, Rollen und Programme	39
5. Welches Foto? – Auswahlkriterien in der Redaktion	43
5.1 Der Bildredakteur als Gatekeeper	43
5.2 Nachrichtenwerttheorie: Visualität als Nachrichtenfaktor	45
5.3 Das Foto als journalistische Nachricht.....	48
5.4 Selektionsroutinen und Bildkompetenz	49
6. Das Bild als mediales Gestaltungsmittel.....	54
6.1 Funktionen von Medienbildern	55
6.2 Dysfunktionale Medienbilder	57

6.2.1 Eingriffe in die Umwelt.....	59
6.2.2 Irreführende Kontextualisierung – Verhältnis von Bild und Text	60
6.2.2.1 Falsche oder suggestive Bildunterschrift bzw. -erklärung	61
6.2.2.2 Symbolbilder, Ersatz- und Behelfsillustrationen	62
6.2.3 Erzeugung virtueller Welten.....	64
6.2.4 Veränderungen am Bild.....	65
7. Digitale Bildmanipulation	68
7.1 Das Fehlen eines Originals.....	70
7.2 Einfache Bildbearbeitung oder Manipulation?	71
7.3 Leicht zu fälschen, aber schwer zu erkennen.....	72
7.4 Journalistische Glaubwürdigkeit in Gefahr?	74
8. Amateure auf dem Vormarsch	77
8.1 Formen der Partizipation: vom Nutzer zum Produzenten	77
8.2 Der Leserreporter	80
8.3 Die Rolle der Digitalisierung	83
8.4 Flächendeckende Dokumentation	86
8.5 Trend zur Deprofessionalisierung?.....	89
9. Qualität im Bildjournalismus	93
9.1 Allgemeine Funktionen der Massenmedien	94
9.2 Was ist Qualitätsjournalismus?	98
9.2.1 Dimensionen von Qualität.....	99
9.2.2 Professionalität als Grundvoraussetzung für Qualität	100
9.2.3 Kategorien der Qualitätssicherung.....	103
9.2.4 Transparenz als Gebot der Stunde	106
9.3 Richtlinien zum Umgang mit und zur Kennzeichnung von Fotografien.....	108
9.4 Publizistische Grundsätze im Bildjournalismus.....	111
II) EMPIRISCHER TEIL	114
10. Recherche in der APA-Online Manager Library	114
10.1 Methodisches Vorgehen: Recherche-Design	115
10.2 Ergebnisse – aktuelle Fälle in den österreichischen Medien	115
11. Experteninterviews.....	121
11.1 Zur Methode des leitfadengestützten Experteninterviews	121

11.1.1 Befragung von Experten	121
11.1.2 Das Leitfaden gestützte Interview	122
11.1.3 Der Gesprächsleitfaden	125
11.1.4 Auswertungsmethode: die qualitative Inhaltsanalyse	127
11.2 Durchführungsprotokoll	129
11.3 Untersuchte Medien und Interviewpartner	132
11.3.1 Der Standard	132
11.3.2 Der Kurier	133
11.3.3 Die Presse	134
11.3.4 Die Kronen Zeitung	135
12. Darstellung der Ergebnisse – Beantwortung der Forschungsfragen	137
12.1 Vor- und Nachteile	137
12.1.1 Pro: Amateuraufnahmen als Mehrwert	137
12.1.2 Contra: Probleme mit Amateuraufnahmen	142
12.1.3 Vergleich: Abweichungen im Boulevard	146
12.1.4 Zusammenfassung	148
12.2 Richtlinien im Umgang	149
12.2.1 Vergleich: Abweichungen im Boulevard	153
12.2.2 Zusammenfassung	155
12.3 Kriterien für die Verwendung	156
12.3.1 Vergleich: Abweichungen im Boulevard	166
12.3.2 Zusammenfassung	167
12.4 Überprüfung von Echtheit bzw. Authentizität	169
12.4.1 Amateurmaterial aus Kriegs- und Krisengebieten	177
12.4.2 Der Faktor Zeit bei der Einschätzung von Fotografien	179
12.4.3 Umgang mit nicht-verifizierten Fotografien	181
12.4.4 Vergleich: Abweichungen im Boulevard	183
12.4.5 Zusammenfassung	184
12.5 Kennzeichnung	186
12.5.1 Vergleich: Abweichungen im Boulevard	192
12.5.2 Zusammenfassung	192
12.6 Vorgehen bei fehlerhafter Berichterstattung	194

12.6.1 Sorgfalt anderer im Umgang mit Amateurfotografien?	200
12.6.2 Vergleich: Abweichungen im Boulevard	205
12.6.3 Zusammenfassung.....	206
12.7 Mögliche Auswirkungen auf Qualität und Profession.....	207
12.7.1 Qualitätsverlust durch Amateurfotografien?.....	207
12.7.2 Aussterbende Zunft Pressefotograf?	212
13. Gesamtresümee	217
Literaturverzeichnis.....	225
Abbildungsverzeichnis.....	240
Anhang.....	241
Reuters-Richtlinien	241
Interviewleitfaden	242
Transkriptionen der Experteninterviews	245
Interview mit Anonym 1 (A1)	245
Interview mit Rainer Schüller (RS).....	251
Interview mit Anonym 2 (A2)	257
Interview mit Dragana Heiermann (DH)	263
Interview mit Clemens Fabry (CF)	276
Interview mit Peter Huber (PH).....	286
Interview mit Gregor Brandl (GB)	293
Curriculum Vitae.....	299
Abstract (deutsch)	301
Abstract (englisch).....	302

I) THEORIETEIL

1. Einleitung

Im Jahre 2004 wurde die Öffentlichkeit durch Fotografien erschüttert, welche die Folter irakischer Gefangener durch amerikanische Militärs dokumentierten. Gerade jenes Bild, das einen Insassen mit Kapuze und elektrischen Kabeln an den ausgestreckten Armen auf einer Box stehend zeigt, wurde zum ikonografischen Symbol von Machtmissbrauch und Misshandlung.¹ Obwohl schon lange der Verdacht von Gefangenemisshandlungen bestand, hätte es ohne diese Bilder wohl nie einen Skandal gegeben. Ein Skandal, dessen Enthüllung eine große Besonderheit aufweist: Es waren Schnappschüsse aus privaten Digitalkameras, die den Stein ins Rollen brachten. Errol Morris, der Regisseur eines Dokumentarfilms über den Folterskandal von Abu Ghraib, macht die besondere Bedeutung dieser Fotografien deutlich: „*These images, three or four of them, will be the iconic images of the war. One hundred years from now, we will think about the Iraq war in terms of Gilligan on the box with the wires [...]*“²



Abbildung 1: Gefangener in Abu Ghraib (Foto: dpa)³

¹ Thomson, John B.: The New Visibility. In: Theory, Culture & Society, Nr. 22, 2005, S. 31-51, hier S. 31.

² Meyer, Michael: Recovering Reality. Errol Morris takes on Abu Ghraib. In: Columbia Journalism Review, Bd. 46, Nr. 6 2008, S. 53-55, hier S. 53.

³ Vgl. Krauel, Torsten: Die Folter-Bilder verfolgen die USA bis heute. Online unter: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article127485463/Die-Folter-Bilder-verfolgen-die-USA-bis-heute.html> (1.5.2014).

1.1 Problemaufriss – von den Bildern aus Abu Ghraib bis heute

Schon lange bevor die Bilder aus Abu Ghraib publik wurden, waren Berichte über die Misshandlung von Inhaftierten im Umlauf – sowohl im Internet als auch in Journalistenkreisen. Auch Beschwerden internationaler Menschenrechtsorganisationen lagen bereits vor. Trotz einschlägiger Untersuchungen, Berichte über Misshandlungen und Verstöße gegen die Genfer Konvention, waren die mediale Reaktion und die öffentliche Beachtung des Falls aber gering. Der Skandal blieb zunächst aus.⁴ Man sprach höchstens von „*mistreatment*“. Kaum ein Medium – geschweige denn die amerikanische Presse – traute sich, das Wort „Folter“ in den Mund zu nehmen.⁵ Bis plötzlich Bilder aus dem Gefängnis auftauchten. Erst die Veröffentlichung der Privatfotos aus Abu Ghraib, die den dortigen Umgang mit Gefangenen dokumentierten, löste einen Aufschrei der Öffentlichkeit und ein großes mediales Echo aus. Auch wenn man die ganze Sache am liebsten vertuscht hätte, war der Macht der Bilder nun nichts mehr entgegenzusetzen. Die Fotos schienen den unbestreitbaren Beweis dafür zu liefern, was im Gefängnis von Abu Ghraib geschehen war. Sie wurden zum ikonografischen Zeugnis für das, was sich hinter den Gefängnismauern abgespielt haben musste.

Bilder besitzen im Vergleich zum geschriebenen Wort eine ganz besondere Macht: *„[Photographics] seem, because they are taken to be pieces of reality, more authentic than extended literature narratives.“*⁶ Der Nachrichtenfotograf Ulevich sagt hierzu: *„[D]ie Bilder die wir wahrnehmen haben eine schreckliche Macht. Eine gedruckte Story ist kurzlebig und an einen bestimmten Moment gebunden. Zeitungsartikel vergilben. [...] dem großen Symbolwert von Fotografien aber kann die Zeit nichts anhaben. [...] Bilder sind so stark, dass sie die Worte unter sich begraben können.“*⁷ Die Bilder von Abu Ghraib waren die ersten Digitalfotos, die zu den bedeutendsten Bildsymbolen unserer Zeit gezählt werden.⁸ Auch wenn im Falle Abu Ghraibs die Bilder erst auf Umwegen ins Internet und in die Medien gelangten, spielt die Digitalisierung hier die ent-

⁴ Vgl. Griffin, Michael: Keine Bilder – kein Skandal? In: Message, Nr. 3, 2004, S. 22-27, hier S. 23-25.

⁵ Jones, Timothy M./Sheets, Penelope: Torture in the Eye of the Beholder: Social Identity, News Coverage, and Abu Ghraib. In: Political Communication, Bd 26, Nr. 3, 2009, S. 278-295, hier S. 278-279.

⁶ Sontag, Susan: On Photography, Harmondsworth/Middlesex: 1982, S. 74.

⁷ Ulevich, Neil: Abu Ghraib – Aus der Sicht eines Fotografen. In: Message, Nr. 3, 2004, S. 24.

⁸ Vgl. Gunthert: Digital Imaging goes to war, S. 103.

scheidende Rolle: „In Abu Ghraib war das Tatwerkzeug, so können wir es uns vorstellen, ein winziges digitales Wunderding, eine private Kamera in der Größe einer Zigarettenschachtel.“⁹ Bei den Aufnahmen handelt es sich um „Schnappschüsse“, an denen die Laienhaftigkeit des Fotografen und die einfache Ausrüstung deutlich zum Ausdruck kommen. Doch das scheint gerade die Stärke der Bilder zu sein: Sie zeigen sich als „Effekt des krud Entlarvenden, als gestohlene Einblicke in etwas, das wir ansonsten nicht hätten sehen dürfen, das erst zur Presse durchsickern musste.“¹⁰ Zusätzlich zum grundlegenden Beweischarakter, den Fotos in sich tragen, scheinen also gerade Amateuraufnahmen große Authentizität aufzuweisen. Ohne private Digitalfotos wäre der Skandal um Abu Ghraib de facto nie ans Licht gekommen: „*Abu Ghraib initially became big news because digital cameras in the hands of military personnel enabled the press to build a story that was largely buried behind Pentagon walls before the photos emerged.*“¹¹ Die Digitalisierung hat nicht nur die Verbreitung privater Fotografien vereinfacht, sondern auch deren Entstehung. Außerdem hat sich die Chance von „großen“ Schnappschüssen durch die Digitalisierung grundsätzlich erhöht: Die Tatsache, dass mittlerweile nicht mehr nur beinahe jeder über eine Digitalkamera verfügt, sondern heute – zehn Jahre nach Abu Ghraib – auch gängige Smartphones integrierte Kameras in guter Qualität besitzen, tragen ihren Teil dazu bei. Kamera und Mikrofon sind mittlerweile ins Handy integriert und so können die Daten direkt in die Redaktion weitergeleitet werden.¹² Ganz davon abgesehen, dass Journalisten meist zu spät kommen, wenn es spannend wird. Ohne die digitalen Schnappschüsse von Amateuren würde oftmals also gar keine Aufnahme zustande kommen, wenn Laien nicht im richtigen Moment eine Kamera bei der Hand gehabt hätten.¹³ Der Anteil an Amateurmaterial in der Berichterstattung hat aus diesem Grund in den vergangenen Jahren sukzessive zugenommen, vor allem, weil diese Bilder Authentizität vermitteln.¹⁴ Auch die meisten populären Medien ziehen die Echtheit solcher Bilder deshalb häufig nicht in Zweifel.¹⁵

⁹ Ulevich: Abu Ghraib – Aus der Sicht eines Fotografen, S. 24.

¹⁰ Gourevitch, Philip/Morris, Errol: Die Geschichte von Abu Ghraib. München: 2008, S. 274.

¹¹ Bennett et al.: None Dare Call It Torture, S. 468.

¹² Vgl. Neuberger, Christoph: Durchmarsch der Amateure? In: Message, Nr. 1, 2007, S. 40-42, hier S. 40.

¹³ Vgl. Hatcher, Lina/Itzek, Johanna/Schröter, Gesine: Saddam am Galgen. In: Message, Nr. 2, 2007, S. 26-27, hier S. 26.

¹⁴ Vgl. ebda.

¹⁵ Vgl. Griffin: Keine Bilder – kein Skandal, S. 26.

Dabei bleibt die Frage bestehen, wie mit der Gefährdungslage umgegangen wird, die von der fragwürdigen Echtheit dieser Quellen ausgeht. Dass gerade Privataufnahmen als authentisch angesehen werden, trifft schließlich nicht nur auf die Bilder von Abu Ghraib zu, sondern es scheint sich dabei um ein allgemeines Phänomen zu handeln. Wie kann ein Journalist aber überhaupt feststellen, ob es sich bei diesen Bildern um authentisches Material handelt? Um ein digitales Foto nachträglich zu bearbeiten, bedarf es heutzutage schließlich keiner großartigen Fachkenntnisse mehr, sondern lediglich einfachster Bildbearbeitungssoftware. Wie kann eine nachträgliche Manipulation am Bild festgestellt oder mit Sicherheit ausgeschlossen werden? Und bestehen in der alltäglichen journalistischen Praxis überhaupt die Möglichkeit, der Raum und auch die Ressourcen, diese entsprechend zu überprüfen? Wenn nicht, wie wird dies kommuniziert? Werden Aufnahmen zurückgehalten bzw. in der eigenen Berichterstattung auch dann nicht verwendet, selbst wenn die Konkurrenz schon über sie berichtet? Und werden Amateuraufnahmen auf besondere Weise gekennzeichnet? Und wie reagiert man bei fehlerhafter Berichterstattung?

Neben diesen Überlegungen spielt ein weiteren Aspekt eine Rolle, der ebenfalls Raum für Manipulation lässt: Die Tatsache, dass ein Bild zwar nicht nachträglich manipuliert, aber schlichtweg bewusst aus dem Kontext gerissen werden kann, um so gezielt andere oder falsche Bildaussagen zu vermitteln. Und wie kann ein Bildredakteur überhaupt feststellen, ob Szenen beispielsweise gestellt wurden? Eine Fotografie zeigt schließlich immer nur einen winzigen Augenblick, eine einzige Momentaufnahme, deren Zusammenhänge dem Bildbetrachter unbekannt bleiben. Das Davor und das Danach sowie das, was sich sowohl rechts und links des Bildrandes als auch hinter der Kamera abgespielt hat, als das Bild entstanden ist, bleibt unklar. Grundsätzlich sagen Bilder nichts über ihre Entstehung aus. Die Frage, wie das Bild geschossen wurde, wird oftmals kraftvoll von dem überlagert, was auf ihm zu sehen ist. Nach den Hintergründen ihrer Entstehung und nach dem, was *nicht* am Bild zu sehen ist, wird selten gefragt. Und wenn doch: Wie kann dies gerade bei Amateuraufnahmen überprüft werden?

In Anbetracht der Tatsache, dass seit einiger Zeit verstärkt Amateuraufnahmen in der medialen Berichterstattung auftauchen, darf nicht unbeachtet bleiben, ob Bildredak-

teure dieses Gestaltungsmittel nicht leichtfertig weiter aus der Hand geben? Was bedeutet es für den Bild- bzw. Fotojournalismus, wenn professionelle Pressebilder zunehmend von privaten Schnappschüssen ersetzt werden, die sich nicht an journalistischen Qualitätsstandards orientieren? Leidet langfristig womöglich die Qualität des journalistischen Produktes darunter, dass Digitalfotos aus Laien-Hand scheinbar immer öfter den Platz von professionellen Pressefotos einnehmen?

Seit Abu Ghraib sind über zehn Jahre vergangen, doch gibt es auch viele aktuelle Beispiele: An die Amateuraufnahmen des Tsunami in Südost-Asien aus dem Jahr 2004 reißen sich zum Beispiel die Bilder der Erhängung Saddam Husseins, Bildmaterial aus der Olympiastadt Sotschi oder von getöteten Straßenhunden in der Ukraine im Vorfeld der EM 2012. Einige davon werden bis heute als authentisch angesehen – andere haben sich als Fälschung herausgestellt. Dazu an späterer Stelle mehr.¹⁶ Fakt ist: Heute – rund ein Jahrzehnt nach den Bildern von Abu Ghraib – scheint diese Thematik brisanter denn je. Wir leben nicht nur in einer visuellen, von Bildern dominierten Welt, sondern auch in einem digitalen Zeitalter, in dem die Produktion, Verbreitung, aber auch Manipulation von Bildern durch Laien immer einfacher wird. Gleichzeitig gewinnen von Nutzern generierte Inhalte und damit auch privates Bildmaterial – nicht zuletzt durch Geld- und Ressourcenknappheit in Redaktionen – scheinbar immer mehr an Bedeutung. Amateuraufnahmen werden verstärkt Teil der professionellen Berichterstattung. Die alles entscheidende Frage hierbei bleibt: Wie gehen Bildredaktionen mit dieser Entwicklung um?

Freilich existieren zahlreichen Arbeiten zum Foto- und Bildjournalismus, seiner Geschichte, aktuellen Tendenzen und Anforderungen. Zahlreiche unveröffentlichte Diplomarbeiten haben sich zudem schon mit diesem Thema beschäftigt.¹⁷ Auch der Trend, dass das Handy den Fotoapparat abzulösen scheint und sich so auch die Fotografiergewohnheiten der Menschen verändern, wurde bereits thematisiert.¹⁸ Im Hinblick auf

¹⁶ Vgl. dazu Kapitel 10 der vorliegenden Magisterarbeit.

¹⁷ Vgl. etwa Kunde, Olaf: Geschichte des Fotojournalismus. Norderstedt: 2000, Zettl, Alice: Fotojournalismus. Eine Analyse zu fotojournalistischer Qualität. Entwicklungen, Anforderungen, Definitionen. Diplomarbeit. Wien: 2007.

¹⁸ Vgl. Kapeller, Susanne: Das Handy als Fotoapparat. Das Medium der Sprache wird zum Medium des Bildes. Eine neue Ära der Fotografie? Diplomarbeit. Wien: 2005.

die Fragestellungen der vorliegenden Magisterarbeit – nämlich dem konkreten Umgang von Redakteuren mit dem Phänomen, dass zunehmend Laien Bildmaterial für mediale Inhalte produzieren und wie Journalisten mit diesem Material umgehen – scheint in der aktuellen Forschung noch eine Lücke zu bestehen. Es existieren zwar Untersuchungen zur bewussten Bildmanipulation durch Redakteure und auch zur Akzeptanz von bearbeiteten Bildern durch Rezipienten.¹⁹ Auch gibt es eine Analyse, die sich grundsätzlich damit auseinandersetzt, wie Fernsehredakteure mit Fremdmaterial verfahren.²⁰ Diese Arbeit zeigt am Ende aber explizit die Forschungslücke hinsichtlich des Umgangs mit Amateuraufnahmen auf.²¹ Eine in die Tiefe gehende Analyse, die sich mit den oben angerissenen Fragen auseinandersetzt, fehlt bis dato. Aus diesen Gründen scheint es an der Zeit, sich eingehend mit dieser Problemstellung zu beschäftigen, um den Umgang von Bildredakteuren mit diesen unsicheren Quellen aus nicht-professioneller Hand zu eruieren.

Die vorliegende Magisterarbeit hat sich daher die Beantwortung der oben genannten Problem- und Fragestellung zur Aufgabe gemacht. Der Fall Abu Ghraib dient im Rahmen der Darstellung lediglich als Ausgangspunkt der Überlegung, der Fokus der Arbeit liegt allerdings auf aktuellen Fällen und Tendenzen.

1.2 Forschungsfragen

Im Rahmen des theoretischen Teils werden neben der Definition von Begrifflichkeiten und der Darstellung des theoretischen Rahmens einige grundlegende Fragestellungen durch das Heranziehen einschlägiger Sekundärliteratur beleuchtet: Wieso sind gerade Bilder – und im Speziellen Amateuraufnahmen – so machtvoll und überzeugend? Wie stellt sich das Spannungsfeld von Authentizität und potenziellem Manipulationsspielraum bei Amateuraufnahmen dar? Welche Rolle spielt die Digitalisierung in diesem

¹⁹ Vgl. etwa Hejna, Daniela: Potential und Praxis der Bildmanipulation – Verliert das Pressefoto seine dokumentarische Qualität? Diplomarbeit. Wien: 2003; Roselstorfer, Irene: Haben Authentizität und Ethik ein Ablaufdatum? Digitale Bildmanipulation als Herausforderung für die Medienethik. Diplomarbeit. Wien: 2009; Weidmann, Alina: Das veränderte Bild – Die Digitalisierung der Fotografie und ihre Auswirkung auf die Glaubwürdigkeit des Bildjournalismus aus der Sicht der Rezipienten. Diplomarbeit. Wien: 2006.

²⁰ Vgl. Hizgilov, Lea: Journalismus und Qualität – Analyse zum Umgang mit Fremdmaterial in der österreichischen, tagesaktuellen Fernsehberichterstattung (ORF, ATV+, Puls 4). Diplomarbeit. Wien: 2010.

²¹ Vgl. ebda, S. 95.

Kontext und welche Kriterien sind für die Auswahl und die Verwendung von solchen Bildern entscheidend? Die eben genannten Fragestellungen können als Hinführung zum Thema verstanden werden und sollen eine solide Basis für die Beantwortung der Forschungsfragen im empirischen Teil liefern.

Das Ziel der geplanten Magisterarbeit ist es, folgende Forschungsfragen zu beantworten:

Forschungsfrage 1: Welche Vor- und welche Nachteile ergeben sich für Journalisten grundsätzlich durch Amateuraufnahmen?

Forschungsfrage 2: Welche Richtlinien gelten für (Bild-)Redakteure im Umgang mit digitalen Amateuraufnahmen im Vergleich zu professionellen Aufnahmen?

Forschungsfrage 3: Welche Kriterien müssen Amateuraufnahmen erfüllen, um in der Berichterstattung verwendet werden zu können?

Forschungsfrage 4: Wie werden digitale Amateuraufnahmen auf ihre Echtheit bzw. Authentizität hin überprüft?

Forschungsfrage 5: Werden nicht-professionelle Aufnahmen und die möglicherweise ungesicherte Quellenlage auf besondere Weise gekennzeichnet – und wenn ja, wie?

Forschungsfrage 6: Wie wird bei fehlerhafter Berichterstattung reagiert?

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde eine qualitative Befragung von Experten mittels Leitfadeninterview durchgeführt. Um das Thema nicht ausufern zu lassen und bei der Untersuchung in die Tiefe gehen zu können, musste im Vorfeld eine Eingrenzung des Untersuchungsrahmens erfolgen. Die Magisterarbeit hat den Fokus deshalb auf die tagesaktuellen Qualitätsmedien *Standard*, *Presse* und *Kurier* (sowohl print als auch online) gelegt. Hier wurden jeweils zwei Experten im Zuge eines Leitfadeninterviews befragt. Um einen Vergleich zum Umgang mit Amateuraufnahmen im so genannten Boulevard zu ermöglichen, wurde zudem ein Redakteur der *Kronen Zeitung* interviewt.

1.3 Aufbau der Arbeit

Im Anschluss an die Einleitung wird das Thema „Bildjournalismus“ mit einem allgemeinen Kapitel über den ersten Teil des Kompositums, nämlich über das *Bild*, seine Macht, seinen Beweischarakter und seine (scheinbare) Authentizität eingeläutet. Daran schließt sich ein Abschnitt mit Fokus auf den zweiten Teil des Wortes, den *Journalismus*, an: Journalismus wird hier als System skizziert, seine generellen Aufgaben beleuchtet und Bild- bzw. Fotojournalismus als Subsystem des Journalismus identifiziert.

Kapitel vier führt die beiden Begrifflichkeiten – das Bild und den Journalismus – nun zusammen: Neben der Definition des Bildjournalisten und einer Beschreibung des Berufsbildes erfolgt hier auch eine Abgrenzung der Begriffe Bild- und Fotojournalismus. Daneben werden unterschiedliche Darstellungsformen sowie der Authentizitätsanspruch des Pressefotos beschrieben, der dem Objektivitätsanspruch des Informationsjournalismus entspricht. Dem folgt ein kurzer Exkurs zu Berichterstattungsmustern und journalistischen Normen sowie Organisationsstrukturen, Rollen und Programme innerhalb des Bildjournalismus.

Der darauf folgende Abschnitt beschäftigt sich dann mit der Frage, was ein Bild zur Nachricht werden lässt. An dieser Stelle werden die *Gatekeeper*- und die Nachrichtentheorie herangezogen. Auch das Foto als eigenständige journalistische Nachricht sowie Selektionsroutinen und die zunehmend nötige Bildkompetenz auf Seiten der Redakteure werden dargestellt.

Kapitel sechs befasst sich schließlich mit dem Bild als medialem Gestaltungsmittel, indem es sowohl die verschiedenen Funktionen von Medienbildern als auch die Möglichkeiten der dysfunktionalen Verwendung – im Zuge von Eingriffen in die Umwelt, irreführender Kontextualisierung, bei der Erzeugung virtueller Welten sowie bei Veränderungen am Bild – skizziert werden. Der digitalen Bildmanipulation wird im Folgenden besondere Beachtung geschenkt: Es geht hier um das Fehlen eines Originals, der Gratwanderung zwischen einfacher Bildbearbeitung und Manipulation, den Vorteilen durch einen digitalen *Workflow*, aber auch die Möglichkeiten der digitalen Bildmanipulation gefährdete Glaubwürdigkeit des Pressefotos.

Daraufhin wird nun der Bogen zur Amateurfotografie geschlagen. Kapitel acht umreißt nicht nur den investigativen Journalismus und Bürgerjournalismus im Allgemeinen sowie die Entwicklung vom Bildkonsumenten zum -produzenten (verkörpert durch die Figur des „Leserreporters“), sondern auch die zentrale Rolle, welche die Digitalisierung in diesem Zusammenhang spielt. Zudem wird in diesem Abschnitt auf die Vorteile flächendeckender Dokumentation im Kontrast zum beobachtbaren Trend zur Deprofessionalisierung eingegangen.

Damit wird schließlich auf die Qualität im Bildjournalismus übergeleitet, mit dem sich Kapitel neun auseinandersetzt. Zur Beantwortung der Frage, was Qualität sei – die sich ja primär an der Erfüllung bestimmter Aufgaben messen lässt – werden zunächst die allgemeinen Funktionen der Massenmedien angeführt. Im Anschluss werden die Dimensionen von Qualität und Professionalität als ihre notwendige Grundvoraussetzung umrissen sowie verschiedene Kategorien der Qualitätssicherung und die Forderung nach möglichst großer Transparenz skizziert. Eine Auseinandersetzung mit den Richtlinien im Umgang mit und zur Kennzeichnung von Bildern sowie allgemeine publizistische Grundsätze im Bildjournalismus runden den Theorieteil der vorliegenden Magisterarbeit ab.

Nach dem Abstecken des theoretischen Rahmens erfolgt die Beantwortung der Forschungsfragen im empirischen Teil. Dieser besteht aus zwei Teilen: Erstens aus einer kurzen Analyse aktueller Fälle und der Berichterstattung darüber mittels eines Scans von APA defacto. Der zweite Teil besteht aus der Befragung von Experten. Eingeleitet wird dieser Abschnitt durch eine Beschreibung der Methode: dem Leitfaden gestützten Experteninterview. Daran reihen sich die Darstellung des Forschungsablaufs sowie die Auswertung, Interpretation und Zusammenfassung der Ergebnisse der Experteninterviews. Ein Gesamtresümee schließt die Magisterarbeit ab.

2. Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte

Das Wort *Bild-* bzw. *Fotojournalismus* trägt bereits im Namen, worum es geht: einerseits um (*fotografische*) *Bilder*, andererseits um *Journalismus*. Auch wenn ein Ganzes in der Regel mehr ist als die Summe seiner Teile, sollen diese beiden erst einmal einzeln betrachtet werden. Denn wie Grittmann, Neverla und Ammann es treffend formulieren, so ist der Fotojournalismus „...erst dann zu begreifen, wenn man beide Begriffe im Namen ernst nimmt: die Fotografie *und* den Journalismus.“²² Deshalb gilt das Augenmerk zunächst dem vorangestellten Teil des Kompositums Bildjournalismus: dem *Bild*.

2.1 Das Bild – ein Definitionsversuch

„Bilder umgeben uns [...] alltäglich und überall.“²³ Doch so gewöhnlich Bilder und so klar die Bedeutung des Ausdrucks im ersten Moment auch scheinen mögen, so schwierig erweist sich eine genaue Definition des Bildes: „Der Begriff wird in der deutschen Sprache auf so unterschiedliche Phänomene wie Kunstwerke, Familienfotos, Piktogramme, Traumbilder, Musik (Klangbilder), sprachliche Metaphern und sogar zur Beschreibung von Ideen angewendet.“²⁴ Doch nicht nur im Alltagsgebrauch erscheint das Bild als schillernder Begriff. Auch in der Theorie weisen die verschiedenen Definitionsversuche ein breites Spektrum auf, wie bei Müller skizziert wird: Eine Kategorisierung unterteilt beispielsweise fünf Bildgattungen: *grafische* (Gemälde, Zeichnungen), *optische* (wie etwa Projektionen, Spiegel), *perzeptuelle* (damit sind Erscheinungen und Sinnesdaten gemeint), *geistige* (das sind Träume, Erinnerungen, Ideen) und *sprachliche* Bilder (zum Beispiel Metaphern).²⁵ Eine andere Definition unterscheidet zwischen *von Menschen gemachten* Bildern (z.B. Karikaturen), *von Maschinen hergestellten* Bildern (z.B. Fotografien) und *wissenschaftlichen* Bildern (z.B. Röntgenbilder). Diese Untertei-

²² Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona: Global, lokal, digital. Strukturen und Tendenzen im Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln: 2008, S. 8-35, hier S. 11.

²³ Jarren, Otfried: Bilder, Bildanalyse und Bildstrategien in der Mediengesellschaft. In: Ammann, Daniel/Moser, Heinz/Vaissaière, Roger (Hrsg.): Medien lesen. Der Textbegriff in der Medienwissenschaft. Zürich: 1999, S. 139-151, hier S. 144.

²⁴ Müller, Marion G.: Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz: 2003, S. 18.

²⁵ Vgl. ebda.

lung nach Produktionsart reiche laut Müller für die visuelle Kommunikationsforschung aber bei weitem nicht aus, da sie nichts über die immaterielle Komponente eines Bildes aussage.²⁶ Doch auch eine weitere begriffliche Unterscheidung von natürlichen, mimetischen Bildern, die einen Ähnlichkeitscharakter von Abbild und Abgebildetem aufweisen, und künstlichen, expressiven Bildern, die durch einen eigenen Ausdruck so verfremdet sind, dass das Abgebildete nicht mehr unmittelbar erkennbar ist, könne diesen Konflikt nicht lösen.²⁷ Auf einen Ausweg aus dem Bild-Dilemma verweist Müller mit dem Rekurs auf den Kunsthistoriker und Kulturwissenschaftler Warburg (1866 – 1929). Der Geistesvater der Ikonografie, deutet bereits auf die zwei Aspekte des Bildbegriffs hin, die für Warburg beide zusammengehörten:

Bilder sind janusköpfige Phänomene: In ikonografischer Tradition kann unterschieden werden zwischen dem *Abbildcharakter* und dem *Denkbildcharakter* von Bildern. [...] Die Bilder materialisieren Denkvorgänge. Abbilder sind komplexe Quellen für die Rekonstruktion der Denkbilder. Es gibt also eine Verbindung zwischen Abbild und Denkbild.²⁸

Der Abbildcharakter sei für den kommunikationswissenschaftlichen Bildbegriff unabdingbar. Dieser werde in zwei Aspekte unterteilt: *geistige, immaterielle* Bilder und *materielle* Bilder. Bei der Frage, was ein Bild sei, ist laut Müller weder die künstlerische oder ästhetische Qualität, noch die Frage der Entstehungsart (durch Mensch oder Maschine) relevant, sondern nur der Ausdruck in einer materialisierten Form.²⁹

Diese Abbilder lassen sich nun in unterschiedliche Gestaltungstypen (wie etwa Architektur, Grafik, Fotografie, Film etc.) unterteilen, die wiederum jeweils vier verschiedenen Produktions- und Rezeptionskontexten (künstlerisch, kommerziell, journalistisch, wissenschaftlich) zuzuordnen sind.³⁰ Diese verschiedenen Typen und Kategorien des Bildbegriffs werden im folgenden Schema veranschaulicht:

²⁶ Vgl. Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 18-19.

²⁷ Vgl. ebda, S. 19.

²⁸ Ebda, S. 20.

²⁹ Vgl. ebda.

³⁰ Vgl. ebda, S. 20-21.

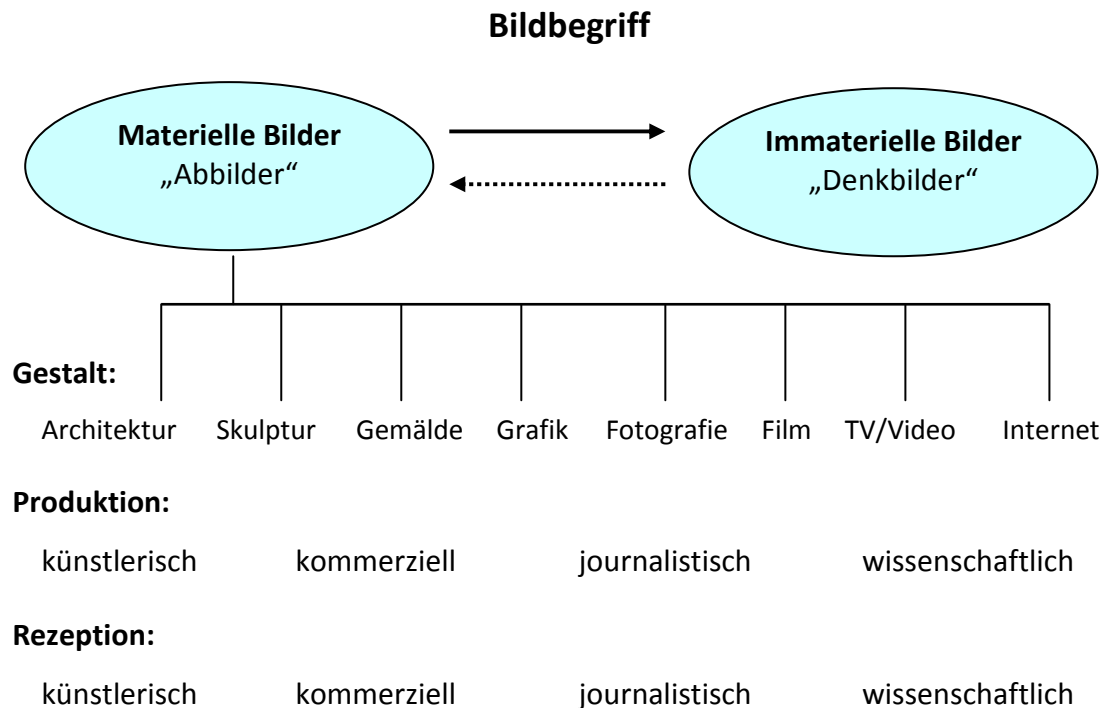


Abbildung 2: Bildbegriff nach Müller³¹

Abbilder dienen der visuellen Kommunikationsforschung laut Müller in erster Linie als Quellenmaterial, das kommunikationswissenschaftlich untersucht werden kann.³² Denn abseits seiner vielfältigen Funktionen als Kommunikationsmittel sei das Bild sowohl für die Wissenschaft als auch für den Journalismus zu aller erst einmal eine Informationsquelle. Der Begriff „Quelle“ nimmt dabei in den verschiedenen Disziplinen einen unterschiedlichen Stellenwert ein. Mit Ausnahme der Kunstgeschichte werden Bilder hauptsächlich zur Bebilderung eingesetzt, das heißt zum Zwecke der reinen Textillustration. So zumeist auch im Journalismus. Dabei, so schreibt Müller, werde der eigenständige Informationswert von Bildern aber verkannt. Durch Skandale in der jüngeren Vergangenheit habe hier allerdings ein Umdenken in den Redaktionen eingesetzt.³³

Müller weist in diesem Zusammenhang auf eine Besonderheit von Bildern hin, nämlich auf die Tatsache, dass diese anders kommunizieren als Worte: „Die Eigenart visueller

³¹ Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 22.

³² Vgl. ebda, S. 20.

³³ Ebda, S. 80.

Kommunikation“, so Müller, „liegt in der spezifischen assoziativen Logik, die sich von der argumentativen Logik, wie sie meist in Textkommunikation anzutreffen ist, wesentlich unterscheidet.“³⁴ Stattdessen folge visuelle Kommunikation einer eigenen Logik, die nicht rational zu argumentieren ist: „Das Prinzip dieser Logik ist die Assoziation. Assoziationen sind nicht rational erklärbar, sie beruhen aber auf Vorbildern, deren Bedeutungen analytisch dechiffriert und damit interpretierbar sind.“³⁵

Bilder werden nach Jarren als dialogische Systeme verstanden, das heißt als Kommunikationssysteme, die jenseits der Sprache angesiedelt sind. Zugleich seien Bilder von einer hohen Informationsdichte geprägt.³⁶ Müller nennt dies die „stille Macht der Bilder“.³⁷ Sie können dabei unter anderem zur „Visualisierung von Macht, Einfluss, Relevanz und Prominenz“³⁸ dienen. Meyer spricht in diesem Zusammenhang von einer „Übermacht des Bilder über den Verstand als Beglaubigungsinstanz von Wirklichkeit.“³⁹ Demnach wohnt Bildern eine Art Beweischarakter für das von ihnen Abgebildete inne.

Der Fotografie steht als eine Form materieller Bilder die oben erwähnte assoziative Kraft scheinbar in ganz besonderem Maße zu. Auch die Eigenschaft als „Beglaubigungsinstanz“ der Realität zu dienen, also als eine Art „Beweisstück“ für das, was in der Realität geschehen ist, trifft auf das Foto offenbar in ganz besonderem Maße zu. Gerade Fotos scheinen über eine dokumentarische Qualität und außerordentlichen Authentizitätsanspruch zu verfügen, die ihnen wie keiner anderen Bildgestalt eine herausragende Macht verleihen.

³⁴ Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 22.

³⁵ Ebda.

³⁶ Vgl. Jarren: Bilder, Bildanalyse und Bildstrategien in der Mediengesellschaft, S. 139.

³⁷ Müller, Marion: Die stille Macht der Bilder. In: Köstler, Andreas/Seidl, Ernst: Bildnis und Image. Köln/Weimar/Wien: 1998, S. 327-334, hier S. 327.

³⁸ Jarren: Bilder, Bildanalyse und Bildstrategien in der Mediengesellschaft, S. 140.

³⁹ Meyer, Thomas: Die Inszenierung des Scheins, Frankfurt am Main: 1992, S. 125.

2.2 Bildmacht und Beweischarakter

Es scheint beinahe so, als sei seit der Erfindung der Fotografie im 19. Jahrhundert so gut wie alles fotografiert worden – Tendenz steigend. Laut Susan Sontag, deren Werk *On Photography* (1982) bis heute nichts von seiner Aktualität verloren hat, leben wir in einer Zeit, in der wir tagtäglich mit immer mehr Bildern konfrontiert werden, die allseits unsere Aufmerksamkeit einfordern. Zudem determinieren Bilder unsere Vorstellung davon, wie wir die Welt sehen und beurteilen: Durch die Vermittlung eines neuen visuellen Codes, verändern und erweitern Bilder unseren Begriff davon, was es wert ist, betrachtet zu werden, und was wir sehen dürfen.⁴⁰ Bilder dominieren also nicht nur unser alltägliches Leben, sondern sie scheinen unsere Welt sogar auf eine gewisse Weise zu *kreieren*, da sie uns die Blickrichtung auf die Welt und das, was wir sehen sollen, vorgeben. So schreibt Sontag: „[R]eality has come to seem more and more like what we are shown by cameras.“⁴¹ Auch Mitchell attestiert Bildern in unserem alltäglichen Leben eine dominante Rolle.⁴²

Folgt man Sontag weiter, so sind die Menschen in modernen, kapitalistischen, westlichen Gesellschaften mittlerweile förmlich zu Bild-Junkies geworden, die süchtig nach ästhetischem Konsum sind.⁴³ Fotografie ist für Sontag zu einer Form von „Massenkunst“ geworden. Damit ist gemeint, dass sie nicht in erster Linie als Kunstform einiger weniger praktiziert wird, sondern von *vielen* als eine Art des sozialen Ritus, oftmals sogar als Machtinstrument.⁴⁴ Mitchell konstatiert, dass Fotografien die Fähigkeit besitzen, Vorstellungen und Wünsche zu beeinflussen.⁴⁵ Dies bestätigt auch Sontag, wenn sie schreibt, dass Fotografien Wunschvorstellungen erwecken oder fördern sowie moralische Vorstellungen verstärken können.⁴⁶ Für sie besitzt gerade die Fotografie eine besondere Macht, die keinem anderen Bildsystem je eigen war.⁴⁷ Diese Macht liegt

⁴⁰ Vgl. Sontag, Susan: *On Photography*. Harmondsworth/Middlesex: 1982, S. 3.

⁴¹ Ebda, S. 161.

⁴² Vgl. Mitchell, William J. T.: *What do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. London/Chicago: 2005, S. 76.

⁴³ Vgl. Sontag: *On Photography*, S. 24.

⁴⁴ Vgl. ebda, S. 8.

⁴⁵ Vgl. Mitchell, William J. T.: *The Reconfigured Eye. Visual Truth in the Post-photographic Era*. Cambridge: 1994, S. 192.

⁴⁶ Vgl. Sontag: *On Photography*, S. 16-17.

⁴⁷ Vgl. ebda, S. 106.

insbesondere an der assoziativen, unmittelbaren Wirkung von Bildern, die in der Lage ist, Zeit und Raum zu überwinden, wie Müller ähnlich argumentiert:

Kompositionen und Stil von Fotografien beeinflussen die Nachhaltigkeit ihrer Wahrnehmung. Selbst unscheinbare Details brennen sich in das Mentalbild und damit in das Gedächtnis der Bildbetrachter ein. [...] Die Logik der Bilder ist assoziativ. [...] Formale und stilistische Ähnlichkeiten von Bildern führen automatische zu inhaltlichen Analogieschlüssen. Dabei werden die normalerweise distanzierend wirkenden räumlichen und zeitlichen Diskrepanzen außer Kraft gesetzt. Die Macht der Bilder ist unmittelbar. Sie liegt in ihrer assoziativen Überwindung von Zeit und Raum. Diese Präsenz und Direktheit der Bilder ist ein Faszinosum, das leicht instrumentalisiert werden kann.⁴⁸

Kurz gesagt: „Bilder lösen kognitive und emotionale Reaktionen aus.“⁴⁹ Müller weist in ihren Ausführungen in diesem Zusammenhang auf eine weitere Problematik hin:

Bilder verdichten Ausschnitte der Realität zu einem enträumlichten und entzeitlichten Gesamteindruck. Narrative Momentaufnahmen wirken dabei besonders authentisch. Problematisch ist diese Form der visuellen Nacherzählung, wenn sie zudem aus ihrem unmittelbaren historischen Kontext gerissen und Jahrzehnte später reaktualisiert wird.⁵⁰

Bilder können Zeit und Raum also überwinden – ganz anders als es Worte vermögen. Durch ihre assoziative Wirkungskraft prägen sie sich in das kollektive Gedächtnis ein und können auch aus dem ursprünglichen Kontext heraus gelöst den Eindruck von Authentizität und Augenzeugenschaft vermitteln.⁵¹

Die besondere Stellung der Fotografie und das ihr zugesprochene Charakteristikum als authentisches „Beweisstück“ streicht bereits Roland Barthes in seinem erstmals 1980 erschienen Werk *Camera Lucida* heraus: Anders als bei Gemälden zeige das Foto etwas, das sich notwendigerweise vor der Kameralinse befunden haben muss und ohne das es gar kein Foto geben würde.⁵² Mit anderen Worten: „*Every photograph is a certificate of presence.*“⁵³ Laut Barthes liege dies in der Beweiskraft der Fotografie be-

⁴⁸ Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 83.

⁴⁹ Ebda.

⁵⁰ Ebda, S. 86.

⁵¹ Vgl. ebda, S. 88.

⁵² Vgl. Barthes, Roland: *Camera Lucida. Reflections on Photography*. London: 2000, S. 76.

⁵³ Ebda, S. 87.

gründet.⁵⁴ Ein Foto könne, was die Existenz des Fotografierten betreffe, niemals lügen, da eine Fotografie keine Dinge erfinden könne. Anders als die Sprache werde ein Foto von Natur aus als authentisch erachtet.⁵⁵ Die Macht von Bildern scheint also vor allem auch darin zu liegen, dass ihnen ein ungeheurer Beweischarakter innewohnt. Auch für Sontag werden Fotografien in der Regel – anders als geschriebene Worte – zumeist als Teile der Realität wahrgenommen und werden deshalb auch eher als authentisch aufgefasst.⁵⁶ So heißt es dazu:

Photographs furnish evidence. Something we hear about, but doubt, seems proven when we're shown a photograph of it. In one version of its utility, the camera record incriminates. [...] In another version of its utility, the camera record justifies. A photograph passes for incontrovertible proof that a given thing happened. The picture may distort; but there is always a presumption that something exists, or did exist, which is like what's in the picture.⁵⁷

Laut Sontag genießt die Fotografie immer noch den unangefochtenen Ruf, die realistischste der mimetischen Künste zu sein.⁵⁸ Die Menschen glauben, Fotografien geben reale und wichtige Fakten über die Welt wieder.⁵⁹ Das ist auch der Grund, weshalb Fotografien als klarer Geschichtsbeweis gelten.⁶⁰ Laut Mitchell nehmen wir noch immer an, dass fotografierte Ereignisse eben tatsächlich so passiert sein müssen, wie sie sich auf einem Foto darstellen.⁶¹ Doch wie sicher kann man sich – gerade im Zeitalter digitaler Bildbearbeitung – tatsächlich noch sein, dass sich das, was ein Bild zeigt, auch wirklich so zugetragen hat? Ist die Authentizität von Bildern womöglich mehr Schein als sein?

⁵⁴ Vgl. Barthes: Camera Lucida, S. 88-89.

⁵⁵ Vgl. ebda, S. 87.

⁵⁶ Vgl. Sontag: On Photography, S. 74.

⁵⁷ Vgl. ebda, S. 5.

⁵⁸ Vgl. ebda, S. 51.

⁵⁹ Vgl. ebda, S. 105.

⁶⁰ Vgl. ebda, S. 166.

⁶¹ Mitchell: The Reconfigured Eye, S. 210.

2.3 Der Schein von Authentizität

„Objektivität ist eine der wichtigsten Normen im Journalismus. [...] Authentizität ist dabei als die fotojournalistische Variante von Objektivität im Journalismus zu verstehen.“⁶² Dabei steht Authentizität für das Echte, das Verbürgte.⁶³ Der Begriff weist laut Grittmann und Ammann zwei Bedeutungsdimensionen auf: Einerseits ist die Verbindung von Authentizität mit der Wirklichkeit von Relevanz. Als wahrhaftig und authentisch werden Bilder dann angesehen, wenn sie auf der Aufzeichnung einer Beobachtung beruhen, also mit der Erscheinung eines Phänomens kohärent sind – und dies trifft ganz besonders auf die Fotografie zu. Zweitens gelten Bilder als authentisch, wenn sie von dazu befugten Personen autorisiert wurden.⁶⁴ Eine solche Funktion als autorisierende Instanz nimmt auch der Journalismus bzw. – wenn es um Fotografien geht – der Bildjournalismus ein: „Der Journalismus hat sich als jene gesellschaftliche Institution etabliert, die glaubwürdige – weil verbürgte und geprüfte Informationen – verbreitet. Bilder können manipuliert werden, von journalistischen Aufnahmen wird erwartet, dass sie authentisch sind.“⁶⁵

Als authentisch kann eine Fotografie dann angesehen werden, wenn das Objekt der jeweiligen Aufnahme nicht gestellt wurde und auch nachträglich nichts an der Aufnahme verändert oder hinzugefügt wurde.⁶⁶ Auch Haller konstatiert in diesem Zusammenhang:

Ihre Authentizität verhilft den am Ort fotografierten Bildern zu hoher dokumentarischer Aussagekraft. [...] Und wenn ihre Echtheit nicht in Zweifel steht, dann dokumentieren solche Bilder, dass es diese bestimmte Situation, jene Konstellation real – also auch unabhängig vom Reporter und Fotografen – gegeben hat. In diesem Sinne funktionieren sie als objektive Belegstücke, denen mitunter Beweiskraft zugesprochen wird.⁶⁷

⁶² Grittmann, Elke/Ammann, Ilona: Ikonen der Kriegs- und Krisenfotografie. In: Grittmann, Elke/Nevela, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln: 2008, S. 296-325, hier S. 304-305.

⁶³ Vgl. ebda, S. 305.

⁶⁴ vgl. ebda.

⁶⁵ Ebda.

⁶⁶ Vgl. Grittmann, Elke: Die Konstruktion von Authentizität. Was ist echt an den Pressefotos im Informationsjournalismus? In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: 2003, S. 123-149, hier S. 129.

⁶⁷ Haller: Die Wirklichkeit der Bilder, S. 30-31.

Die starke Wirkkraft von Bildern liege vor allem an der unmittelbaren und vor-sprachlichen Verstehbarkeit visueller Nachrichten, denen per se ein größerer Wahrheitsgehalt attestiert werde als sprachlich verfassten Nachrichten. Haller stellt diesen angenommenen Objektivitätsanspruch von Fotografien und Bildsequenzen in diesem Zusammenhang allerdings zu Recht in Frage.⁶⁸ Denn: „Das Bild macht eine spezifische, vom Fotoreporter mehr oder weniger stark ‘gestaltete’ Aussage über einen Realitätsausschnitt.“⁶⁹ Die visuelle Darstellung fällt unter diesem Verständnis für Haller auf das zurück, was sie wohl schon immer war: nämlich eine von der Wahl und dem Gebrauch der technischen Mittel geprägten subjektiven Sichtweise eines ganz bestimmten Betrachters auf eine einzelne Situation.⁷⁰ Damit entlarvt er die angebliche „Authentizität“ und „dokumentarische Qualität“ von Fotografien per se als Konstrukt.⁷¹ Aufgrund ihrer subjektiven Wirklichkeitsgestaltung können Bilder laut Haller lediglich dann in gewisser Weise dokumentarischen Charakter erlangen,

sofern die reale Authentizität der Ausnahmesituation (Standort, Zeit, Beteiligte) nachgewiesen ist. In solchen Fällen besitzen sie oft auch eine erhöhte informatorische Bedeutung: Sie belegen vermittels der subjektiven Kamera-Perspektive des Beobachters, wie sich die Dinge (aus der Sicht genau dieser Perspektive) zugetragen haben.⁷²

Schierl thematisiert in seinen Ausführungen das Paradoxon des Authentizitätsanspruchs der (journalistischen) Bildproduktion einerseits und der grundsätzlich nur begrenzt möglichen medialen Wiedergabe von Authentizität andererseits. Nicht selten erweise sich diese als eine nur vordergründige *Inszenierung* oder *Produktion* von Authentizität – ein Bild *wirkt* also bloß authentisch.⁷³ Die verschiedenen Problemebenen der Authentizität nach Schierl werden in der nachfolgenden Abbildung veranschaulicht:

⁶⁸ Vgl. Haller: Die Wirklichkeit der Bilder, S. 33.

⁶⁹ Ebda, S. 34.

⁷⁰ Vgl. ebda.

⁷¹ Vgl. ebda, S. 39.

⁷² Ebda, S. 35.

⁷³ Vgl. Schierl, Thomas: Der Schein der Authentizität: Journalistische Bildproduktion als nachfrageorientierte Produktion scheinbarere Authentizität. In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: 2003, S. 150-167, hier. S. 150.

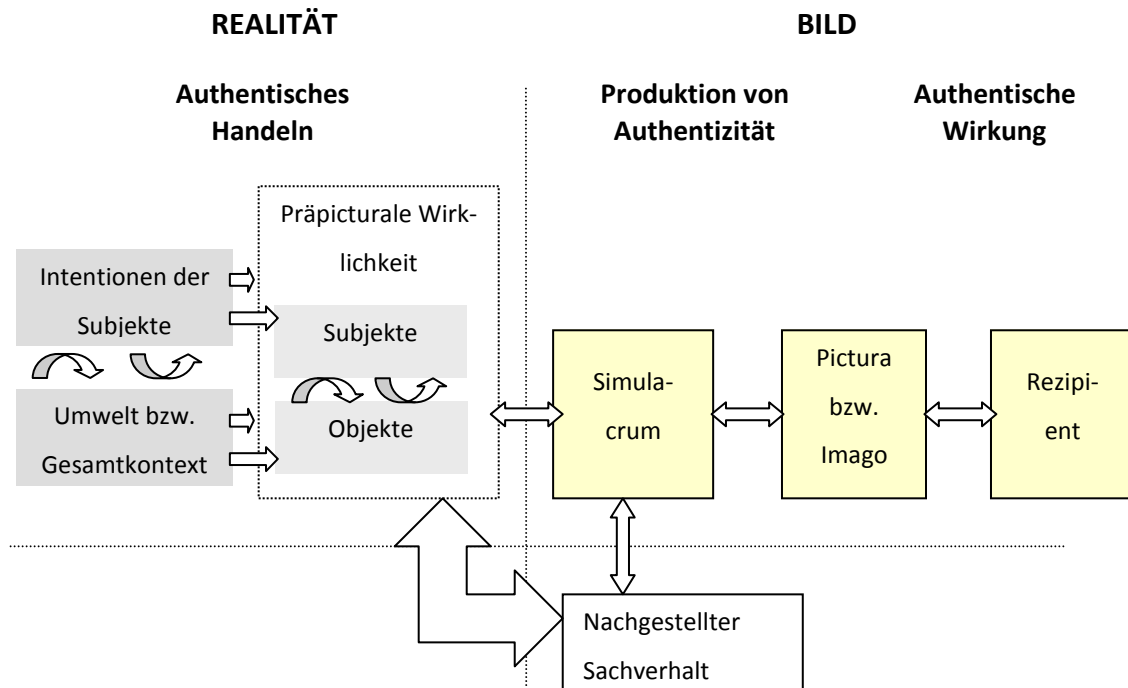


Abbildung 3: Problemebenen der Authentizität nach Schierl⁷⁴

Die präpicturale Wirklichkeit, die sich aus Subjekten und Objekten konstituiert, welche untereinander wiederum in Beziehung stehen, meint die physische Erscheinung von Realität und bildet den Referenzpunkt einer möglichen authentischen Darstellung. Hinter dieser Realität stehen sowohl der gesamtweltliche Kontext als auch die Intentionen von Personen, die sich erkennbar realisieren – oder eben auch nicht.⁷⁵ Mögliche Authentizität zielt auf die Kongruenz von der *Absicht* und dem *Handeln abzubildender Subjekte* – also *authentischem Handeln*. Die *Authentizität der Produktion* bezeichnet, inwiefern die Wirklichkeit und das Abbild übereinstimmen. Dabei differenziert Schierl zwischen *Simulacrum* (dem potenziellen oder latenten Bild), und *Pictura* (dem bearbeiteten Bild) sowie *Image* (dem Schein- oder Trugbild). Auf der dritten Problemebene von Authentizität geht es um die *authentische Wirkung* von Bildern, da ein Bild trotz der Echtheit und Zuverlässigkeit des abgebildeten Sachverhalts in seiner Wirkung un-

⁷⁴ Schierl: Der Schein von Authentizität, S. 155.

⁷⁵ Vgl. ebda, S. 156.

terschiedlich authentisch sein kann. Demnach unterscheidet Schierl also drei verschiedene Arten von Authentizität.⁷⁶

Gleichzeitig identifiziert Schierl in diesem Zusammenhang zwei grundlegende Probleme: Handlungen können erstens nicht von außen auf ihre Authentizität hin überprüft werden. Zweitens sei die mediale Produktion von Authentizität nur in einem begrenzten Ausmaß möglich, da „Wirklichkeit“ nicht vollständig abgebildet werden könne und ihre Darstellung bis zu einem gewissen Grad immer subjektiv bleibe.⁷⁷ Aus diesem Grund schlägt Schierl eher den Ausdruck „situative Adäquanz“ vor „d.h. den Versuch einen Sachverhalt aus der Perspektive seines ihn bestimmenden Kontextes interpretativ adäquat abzubilden.“⁷⁸ Dies führe zu einer autor- bzw. subjektbezogenen Authentizität:

Authentizität kann alleine eine mögliche Übereinstimmung zwischen der jeweils individuellen Erfahrung von Wirklichkeit durch einen spezifischen Abbildenden und einem auf diese Erfahrung referierenden Abbild meinen. Der mögliche Referenzpunkt von Authentizität ist also nicht die Realität, sondern lediglich die subjektiv empfundene und bereits durch Selektionierung und Perspektivierung interpretierte Erscheinung von Wirklichkeit.⁷⁹

Schierls Fazit fällt daher wie folgt aus: Authentizität ist ein Mythos und die Produktion authentischer Abbilder nicht bzw. nur graduell möglich. Zudem ist die Authentizität eines Bildes für die Bildbetrachter nicht nachprüfbar.⁸⁰ Seine ernüchternde Feststellung: „Was Rezipienten zunehmend angeboten bekommen, sind nicht authentische, sondern lediglich authentisch wirkende Bildproduktionen.“⁸¹ Im Kontext dieser „inszenierten Authentizität“ weist Schierl auch auf eine potenzielle, problematische Entwicklung hin, und zwar „dahingehend, dass medial vermittelte Inhalte bzw. Wirklichkeiten zunehmend inszeniert werden, die dargebotenen Inszenierungen aber immer authentischer, also ‘wahrer’ und ‘echter’ wirken.“⁸²

⁷⁶ Vgl. Schierl: Der Schein der Authentizität, S. 156.

⁷⁷ Vgl. ebda, S. 157-158.

⁷⁸ Ebda, S. 158.

⁷⁹ Ebda, S. 159.

⁸⁰ Vgl. ebda, S. 165.

⁸¹ Ebda.

⁸² Ebda, S. 166.

Auf diesen Aspekt weist auch Grittmann hin: Authentizität wird als eine dem Foto immanente Eigenschaft gesehen, die durch Manipulationsmöglichkeiten an unterschiedlichen Stellen im Aufnahme- und Produktionsprozess gefährdet wird, zu denen sie sowohl digitale Bildmanipulationen als auch Inszenierungen zählt:

Authentizität gilt [...] als eine der Fotografie inhärente Eigenschaft, die erst durch zusätzliche Eingriffe in den Aufnahme- und Produktionsprozess gefährdet werden kann: Im Prozess der Aufnahme durch die Inszenierung durch den Fotografen, im Prozess von Entwicklung und Bearbeitung etwa in den Redaktionen durch Manipulation.⁸³

Dies betrifft auch eine Bildinszenierung, wobei zu bedenken gilt, dass eine Szene nicht unbedingt absichtlich vom Fotografen herbeigeführt worden sein muss – beispielsweise, wenn es sich um Pseudoereignisse handelt, auf die der Fotograf möglicherweise keinen Einfluss hat. So schreibt Grittmann dazu: „Die Diskussion um Bildinszenierungen, vom Fotografen gestellt oder durch die ‘Objekte’ der Aufnahme [...] selbst inszeniert, betrifft eher die Frage, wie real oder pseudo-real die Situation vor der Kamera ist, als dass sie sich auf den Aufnahmeprozess und das Medium selbst erstrecken.“⁸⁴ Auch Haller enttarnt die Wirklichkeit der Bildinformation als Konstruktion, die durch die Möglichkeiten, die die Digitalisierung mit sich gebracht hat, noch zusätzlich verstärkt wird: „Spätestens infolge der Digitalisierung sämtlicher Informationen haben wir eine neue Sicht auf das Verhältnis zwischen Realität, Wahrnehmung und Bildlichkeit, da nun – mit dem Verschwinden des ‘Originals’ – das Manipulative jedweder Bilddarstellung offenkundig wird.“⁸⁵

Ein kurzes Fazit: Bilder und eben speziell Fotografien haben auch in der heutigen Zeit nichts von ihrem angenommenen Beweischarakter und ihrer Überzeugungskraft verloren. In der Regel wird das, was uns in einem Foto gezeigt wird, also als die Wahrheit akzeptiert – als eindeutiger Beweis, dass etwas genau so und nicht anders geschehen ist. In unserer modernen Zeit, in der die Digitalisierung Einzug gehalten hat, die Menschen tagtäglich mit einer Bilderflut überhäuft werden und das Bild auch in der journa-

⁸³ Grittmann: Die Konstruktion von Authentizität, S. 130.

⁸⁴ Ebda.

⁸⁵ Haller: Die Wirklichkeit der Bilder, S. 33-34. Zur Authentizität des Pressefotos vgl. auch Kapitel 4.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

listischen Berichterstattung nicht an Bedeutung verloren hat, stellt sich allerdings die berechnigte Frage, ob dies tatsächlich noch zutrifft. Denn wie soll jemand noch erkennen, ob ein Foto tatsächlich die Realität wiedergibt? Und in Anbetracht der Tatsache, dass auch immer mehr Bilder aus privaten (Handy-)Kameras in die journalistische Berichterstattung drängen: Wie sollen Redakteure Bilder beurteilen, deren Herkunft und Güte unklar sind? All diese Fragen werden im Laufe dieser Magisterarbeit noch eine Rolle spielen. Doch bevor sich das Augenmerk auf diese konkreten Fragestellungen richtet, wird – nachdem das Augenmerk zuerst dem *Bild* galt – nun noch ein Blick auf den *zweiten Teil* des Wortes „Bildjournalismus“ geworfen: nämlich auf den *Journalismus*.

3. Theorien zum Journalismus

Oberflächlich betrachtet klingt der Begriff Foto- oder *Bildjournalismus* recht eindeutig, doch wie bereits die vorhergehenden Seiten angedeutet haben, handelt es sich hier um einen schillernden Terminus. Dies gilt auch für den zweiten Teil des Wortes, den *Journalismus*. Denn kratzt man bei dem Begriff nicht nur an der Oberfläche, sondern geht etwas tiefer, so stößt man auch hier recht bald auf die eine oder andere Unklarheit.

3.1 Journalismus als System

Die Journalistik setzt sich sowohl theoretisch-empirisch als auch praktisch-normativ mit den Bedingungen und Folgen der massenmedialen Aussagenentstehung auseinander und stellt zudem im Rahmen der journalistischen Ausbildung Wissen darüber bereit. Der Gegenstandsbereich der Journalistik ist der *Journalismus*, der als Begriff allerdings nur schwer zu bestimmen ist.⁸⁶ So schillernd der Gegenstand, so vielfältig fallen auch die Definitionsversuche für den Journalismus aus.⁸⁷

Auf den kleinsten Nenner gebracht versteht man darunter in der Alltagssprache die Tätigkeit von Personen, die als „Journalisten“ kategorisiert werden können. Doch die Reduktion auf das Tun von Journalisten greift für das Verständnis des Journalismus zweifellos nicht weit genug. Der naive Berufsrealismus dieser ontologischen Betrachtung verkürzt durch seinen auf Personen bezogenen Journalismusbegriff die Funktionen des Journalismus auf die Handlungen von Individuen, die irrtümlich als autonom erscheinen oder auch als Anwälte der gesellschaftlichen Kommunikation idealisiert werden. Anders die Systemtheorie mit ihrem komplexen Journalismusbegriff, die den Journalismus als einen in soziale Prozesse eingebundenen Handlungszusammenhang begreift.⁸⁸

⁸⁶ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen. Wiesbaden: 2004, S. 37.

⁸⁷ Vgl. ebda, S. 38-40.

⁸⁸ Für einen ausführlichen Überblick zum Definitionsspektrum des Begriffs „Journalismus“ vgl. ebda, S. 40-42.

„Ein System des Journalismus entwickelte sich primär“, so Altmeyden, „um die Integration einer funktional zunehmend differenzierten Gesellschaft zu ermöglichen. Journalismus fungiert dabei als System zur *Selbstbeobachtung der Gesellschaft*.“⁸⁹ Systemtheoretisch kann der Journalismus also als ein soziales Funktionssystem verstanden werden, das die Selbstbeobachtung der Gesellschaft als auch ihrer Systemumwelt ermöglicht und aktuelle Umweltbeschreibungen sowie -beobachtungen thematisiert.⁹⁰ Daneben ist Journalismus auch als Teil der Kultur zu verstehen.⁹¹ Sehr griffig erscheint die Journalismusdefinition nach Meier:

Journalismus recherchiert, selektiert und präsentiert Themen, die neu, faktisch und relevant sind. Er stellt Öffentlichkeit her, indem er die Gesellschaft beobachtet, diese Beobachtung über periodische Medien einem Massenpublikum zur Verfügung stellt und dadurch eine gemeinsame Wirklichkeit konstruiert. Diese konstruierte Wirklichkeit bietet Orientierung in einer komplexen Welt.⁹²

Mit dieser Definition wird bereits angesprochen, welchen Aufgaben der Journalismus in komplexen Gesellschaften nachkommen sollte. Im Folgenden werden diese näher erläutert.

3.2 Aufgaben des Journalismus

Meier identifiziert als Hauptaufgaben des Journalismus insbesondere drei Funktionen: „Zu den *Kernaufgaben des Journalismus* gehört die *Information*. [...] Weitere Aufgaben sind *Kritik und Kontrolle*. [...] Durch Information, Kritik und Kontrolle wirkt der Journalismus an der Meinungsbildung mit.“⁹³ Auch Altmeyden identifiziert als (normative) Aufgaben des Systems Journalismus nach einem traditionellen Verständnis vor allem die Informationsfunktion sowie die Kritik- und Kontrollfunktion. Zudem nennt Altmeyden Bildung und Erziehung sowie Unterhaltung und Orientierung.⁹⁴

⁸⁹ Altmeyden, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin: Journalismus. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen: 1998, S. 414-421, hier S. 415.

⁹⁰ Vgl. Grittmann/Nevela/Ammann: Global, lokal, digital, S. 12.

⁹¹ Vgl. ebda, S. 13.

⁹² Meier, Klaus: Journalistik. Konstanz: 2007, S. 12.

⁹³ Ebda, S. 13.

⁹⁴ Vgl. Altmeyden/Löffelholz: Journalismus, S. 415. Zu den allgemeinen Funktionen der Massenmedien vgl. außerdem Kapitel 9.1 der vorliegenden Magisterarbeit.

Dieser Aufgabe kommt der Journalismus nach, indem er Themen aus den unterschiedlichen sozialen Systemen – das heißt: der Umwelt – sammelt, selektiert, bearbeitet und dann diesen sozialen Systemen – eben dieser Umwelt – als mediale Angebote bereitstellt.⁹⁵ Die Hauptaufgabe des modernen Journalismus im Allgemeinen sieht schon Manfred Rühl in der „Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation“.⁹⁶ Bei Grittmann, Neverla und Ammann heißt es hierzu:

Journalismus spielt eine tragende Rolle in der modernen Gesellschaft. Journalismus wählt aus der Fülle der Ereignisse aus und bereitet sie in spezieller Weise in Form von Themen für die Öffentlichkeit auf, sodass die Gesellschaftsmitglieder die Möglichkeit haben, sich über diese Themen kundig zu machen und mit den als richtig erachteten Entscheidungen darauf zu reagieren.⁹⁷

Haller fügt obigem Ansatz noch das Attribut der *Aktualität* hinzu.⁹⁸ Im Begriff der „Aktualität“ werden häufig die drei für den Journalismus charakteristischen Merkmale *Neuigkeitsbezug*, *soziale Relevanz* und *Faktenbezug* zusammengefasst.⁹⁹ Diese drei Eigenschaften der *Aktualität* werden bei Meier noch näher ausgeführt: *Neuigkeit* verweist auf den Gegenwartsbezug eines Ereignisses. Dieser bemisst sich auch an der Periodizität des Mediums. So kann Berichterstattung live, nach wenigen Minuten, Stunden oder Tagen erfolgen. Die *Faktizität* bestimmt den unmittelbaren Quellenbezug, da von realen Ereignissen berichtet wird, bei denen auch eine Faktenüberprüfung erfolgt ist. *Relevanz* schließlich bezieht sich auf die jeweilige Zielgruppe des Mediums oder auch die gesamte Gesellschaft und definiert damit den Publikums- bzw. Gesellschaftsbezug des Journalismus.¹⁰⁰

Durch das System Journalismus also werden „Themen für die Medienkommunikation zur Verfügung gestellt, die Neuigkeitswert und Faktizität besitzen, und zwar insofern, als sie an sozial verbindliche Wirklichkeitsmodelle und ihre Referenzmechanismen ge-

⁹⁵ Vgl. Weischenberg: Journalistik, Band 1, S. 42.

⁹⁶ Rühl, Manfred: Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz: 1980, S. 319.

⁹⁷ Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 11

⁹⁸ Vgl. Haller, Michael: Die zwei Kulturen. Journalismustheorie und journalistische Praxis. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. 2., vollständige überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: 2004, S. 129-150, hier S. 147.

⁹⁹ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 11.

¹⁰⁰ Vgl. Meier: Journalistik, S. 12.

bunden sind.“¹⁰¹ Dabei erbringt der Journalismus seine Leistungen „unter den Bedingungen großbetrieblicher Produktionsweise, wirtschaftlicher Effizienz und rationeller Technik. Journalismus ist insofern in die ökonomischen und organisatorischen Strukturkontexte der Medien eingebunden.“¹⁰² Das Funktionieren des Systems innerhalb seiner Systemumwelt – das heißt die Sicherstellung der Erbringung seiner journalistischen Leistungen – wird vom Journalismus durch eigens dafür ausgebildete, spezielle Strukturen sichergestellt:

Hierzu gehören insbesondere die redaktionelle Organisation (Ressortaufteilung, Führungsmuster, Integration elektronischer Produktions- und Redaktionssysteme), die Regeln zur Beobachtung der Umwelt (Recherchemethoden) und zur Nachrichtenselektion sowie die Merkmale der verschiedenen Berichterstattungsmuster und Darstellungsformen.¹⁰³

Der systemtheoretische Ansatz bietet zudem eine Systematik, um diese journalistischen Strukturen zu beschreiben – wie sie etwa bei Blöbaum systematisiert werden: Organisationen, Rollen und Programme. Diese lassen sich in Ordnungs- und Selektionsprogramme, Informationssammelprogramme, Darstellungs- sowie Prüfprogramme unterscheiden.¹⁰⁴

3.3 Subsystem Bild- bzw. Fotojournalismus

Grittmann, Neverla und Ammann vollziehen nun eine entscheidende Differenzierung innerhalb des Funktionssystems „Journalismus“, indem sie Fotojournalismus als Subsystem betrachten – als eine spezifische Variante des Journalismus. Dieses Subsystem richtet sich nach vergleichbaren, jedoch für sich spezifischen Leitideen und verläuft in für sich eigenen Strukturen und Programmen.¹⁰⁵ Doch auch für einen Bildjournalismus, der aktuell sein will, gilt das Charakteristikum der Aktualität, also *Neuigkeits-* und *Faktenbezug* sowie *soziale Relevanz*: „Fotojournalismus ist an den drei Aktualitäts-Kriterien ‘Neuigkeitsbezug’, ‘Faktenbezug’ und ‘soziale Relevanz’ orientiert und erfüllt

¹⁰¹ Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Wiesbaden: 1995, S. 97.

¹⁰² Altmeppen/Löffelholz: Journalismus, S. 415.

¹⁰³ Ebda. Vgl. dazu auch Kapitel 4.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

¹⁰⁴ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 12-13, vgl. außerdem S. 17.

¹⁰⁵ Vgl. ebda, S. 14-15.

somit die journalistische Leistung, Ereignisse aus dem gesellschaftlichen Gesamtgeschehen auszuwählen, aufzubereiten und in die öffentliche Diskussion einzubringen.“¹⁰⁶ Grittmann, Neverla und Ammann bringen es auf den Punkt, wenn sie schreiben: „Fotojournalismus ist Journalismus.“¹⁰⁷ Dennoch muss mit Grittmann, Neverla und Ammann die Diagnose gestellt werden, dass die Journalistik es bis vor einiger Zeit beinahe zur Gänze verabsäumt hat, sich mit dem Fotojournalismus zu beschäftigen. So gesehen wurde der proklamierte „iconic“ oder „pictorial turn“ von der Kommunikationswissenschaft lange Zeit weitgehend ignoriert.¹⁰⁸ Und das, obwohl sich in der wortdominierten Berichterstattung der Tagespresse bereits seit den 1990er Jahren eine besondere Entwicklung beobachten lasse: „die Visualisierung, der zunehmende Einsatz von Bildern, vor allem Fotografien.“¹⁰⁹ Diese Tendenz zur zunehmenden Visualisierung wird aber – wie gesagt – nicht als „Entgrenzung“ verstanden, die aus dem Journalismus (höchstens aus dem Wortjournalismus) hinausführt, sondern vielmehr in eine spezifische Form des Journalismus hinein: nämlich den Foto- bzw. Bildjournalismus allgemein und die Pressefotografie im Speziellen.¹¹⁰

Im Journalismus lassen sich Wort- und Bild- bzw. Fotojournalismus unterscheiden. Geht man von der Medialität aus, dann lässt sich Fotojournalismus nicht nur als Teil des Journalismus, sondern auch als Teilbereich der Fotografie auffassen, die sich ‘ausdifferenziert’ hat. Der Fotojournalismus unterliegt hier den Möglichkeiten und Zuschreibungen des Mediums und den Bildtraditionen insgesamt.¹¹¹

Grittmann, Neverla und Ammann gehen also von der Annahme aus, dass Fotojournalismus Journalismus ist, welcher der Logik des Journalismus folge, diese allerdings mit spezifischen Eigenheiten der Fotografie umsetze.¹¹² Nachdem nun in den einleitenden Kapiteln ein Blick auf das *Bild* als den *Journalismus an sich* geworfen wurde, sollen diese beiden Begriffe nun zusammengeführt werden. Aus diesem Grund richten die folgenden Seiten das Augenmerk nun auf den *Bildjournalismus* bzw. den *Bildjournalisten*.

¹⁰⁶ Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 14.

¹⁰⁷ Ebda, S. 9.

¹⁰⁸ Vgl. ebda, S. 14.

¹⁰⁹ Ebda, S. 8.

¹¹⁰ Vgl. ebda, S. 10.

¹¹¹ Ebda, S. 15.

¹¹² Vgl. ebda.

4. Bildjournalismus

Eine Differenzierung vorweg: Auch wenn die beiden Begriffe Bildjournalismus und Fotojournalismus zum Teil synonym verwendet werden und die Trennlinie zwischen ihnen eine fließende ist, so meinen sie nicht exakt dasselbe. Der *Fotojournalist* ist eher für das Schießen von Fotos verantwortlich, der *Bildjournalist* bzw. Bildredakteur wählt diese eher für die Berichterstattung aus. Dennoch werden die Begriffe häufig synonym gebraucht. In der vorliegenden Arbeit geht es in gewisser Weise ohnehin um beides: Einerseits um Amateure als Fotoproduzenten und andererseits um jene, die innerhalb der Redaktionen für die Bildauswahl und -verwendung zuständig sind.

4.1 Der Bildjournalist: Definition und Berufsbild

Bei dem Versuch, den Beruf des *Bildjournalisten* zu definieren, stößt man rasch auf Begrifflichkeitsprobleme, da in seinem Umfeld zahlreiche Berufsbezeichnungen existieren, die zum Teil parallel verwendet werden – neben *Bild-* und *Fotoredakteur* beispielsweise *Bildberichterstatte*r, *Bildjournalist* oder *Fotojournalist*, wie Kunde anmerkt. Auch die Begriffe Bildjournalismus und Fotojournalismus sind – wie eingangs erwähnt – eng miteinander verbunden.¹¹³ In der Praxis herrscht gemäß Grittmann kein einheitliches Verständnis von den Begrifflichkeiten.¹¹⁴ Auch als berufliche Tätigkeit hat sich keine einheitliche Bezeichnung durchgesetzt: Es koexistieren etwa die Begriffe Bild- und Fotojournalist, Fotoreporter, Pressefotograf oder auch Bildberichterstatte

r. Diese werden zum Teil synonym, zum Teil als Unter- oder Oberbegriffe verwendet.¹¹⁵

„Fotojournalismus“ bedeutet primär einmal die visuelle Erweiterung des Wortjournalismus mit Hilfe der Fotografie. Der Fotojournalist bediene dabei nicht primär die tagesaktuellen Printmedien, sondern eher Magazine und Zeitschriften – die ja durch ihre stärkere Einbindung von Bildmaterial nicht umsonst als „illustrierte“ bezeichnet werden.¹¹⁶ Der Unterschied zwischen Foto- und Bildjournalismus – der im Deutschen häu-

¹¹³ Vgl. Kunde: Geschichte des Fotojournalismus, S. 4-5.

¹¹⁴ Vgl. Grittmann, Elke: Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie. Köln: 2007, S. 27.

¹¹⁵ Vgl. ebda, S. 27-28.

¹¹⁶ Vgl. Kunde: Geschichte des Fotojournalismus, S. 3.

fig gleich gesetzt wird – wird deutlicher, wenn man ihm die englische Bezeichnung *photojournalism* zur Seite stellt.¹¹⁷ *Photojournalism* bezeichnet demnach „die Tätigkeit von Fotografinnen und Fotografen, die hauptberuflich bzw. vorwiegend für Medien arbeiten.“¹¹⁸ Im Deutschen gelingt eine Abgrenzung am besten über unterschiedliche Arbeitsrollen: Während Fotoreporter bzw. Fotojournalisten für die Redaktionen Fotos produzieren, sind Bild- bzw. Fotoredakteure primär für die Auswahl und Bearbeitung dieser Bilder zuständig.¹¹⁹

Die Bezeichnung Bildjournalist hat sich nach dem Zweiten Weltkrieg durchgesetzt und ist heute am gebräuchlichsten. Bildjournalisten sind per definitionem Journalisten, denn das Berufsbild des Journalisten schließt den Bildjournalisten ein.¹²⁰ Bildjournalisten werden bezeichnet als „fachlich spezialisierte, hauptberuflich tätige Journalisten. Sie bedienen sich zur Berichterstattung der Foto- oder Filmkamera als Darstellungsmittel.“¹²¹ Ihre Tätigkeit wird folgendermaßen beschrieben:

1. Bildjournalisten arbeiten in und für Redaktionen (Presse, Fernsehen, Agenturen, Korrespondenzen, Pressestellen).
2. Sie vermitteln Informationen über Vorgänge, Ereignisse oder Sachverhalte mit visuellen Mitteln (z.B. Foto, elektronische Aufnahme und Wiedergabegeräte).
3. Bildjournalisten sind Wortjournalisten gleichgestellt. Ihre Spezialisierung richtet sich nach den technischen Gegebenheiten.¹²²

Der Bildjournalist ist also in erster Linie ein *Journalist*, der anstatt mir Worten mit unterschiedlichen Formen von Bildern eine Geschichte erzählt oder eine Neuigkeit publiziert. Damit teilen Bildjournalisten und „gewöhnliche“ Wort-Journalisten also ebenso grundlegende Aufgaben – zum Beispiel die der Informationsvermittlung.

¹¹⁷ Vgl. Grittmann: Das politische Bild, S. 29.

¹¹⁸ Ebda.

¹¹⁹ Vgl. ebda, S. 33.

¹²⁰ Vgl. Beifuß, Hartmut: Der Bildjournalist. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 11-16, hier S. 11.

¹²¹ Martin, Ludwig/Werner, Wolfgang: Bildjournalistenenquête. Publizistische Fotografie. Baden-Baden: 1981.

¹²² Beifuß, Hartmut: Der Bildjournalist, S. 11.

Selbst wenn das Wort *Foto* bzw. *Bild* im Kompositum Foto-/Bildjournalismus die erste Position einnimmt, so stehe es laut Rossig bedeutungsmäßig allerdings erst an zweiter Stelle. Genau wie bei den Kollegen der schreibenden Zunft, sei das Erzählen einer Geschichte nämlich das ernannte Ziel des Foto- bzw. Bildjournalisten: das Berichten über ein Ereignis, das Darstellen von Emotionen, das Porträtieren eines Menschen. Und dies eben nicht mit Worten oder Tönen, sondern im Idealfall mit einem einzigen Foto.¹²³ Dafür stehen dem Bildjournalismus eine ganze Reihe visueller Darstellungsformen zur Verfügung, derer sich Bildjournalisten für ihre Berichterstattung bedienen können:

Häufig wird der Bildjournalismus auf Fotografie oder allenfalls noch Film reduziert. Dabei kennt der Journalismus eine ganze Reihe von weiteren Bildern wie etwa politische Karikaturen, Infografiken, Gerichtszeichnungen, Reportagecomics etc. Bildjournalismus subsummiert somit die journalistisch motivierte Produktion, Selektion, Bearbeitung und Distribution von Bildern. Journalisten, die in diesem Bereich arbeiten, werden als Bildjournalisten bezeichnet.¹²⁴

Für Grittmann steht der Begriff „Bild“ im Bildjournalismus als übergeordnete Bezeichnung für jegliche Form bzw. Gattung visueller Darstellung.¹²⁵ Dennoch können die Fotografie, die Infografik und die politische Karikatur als die drei tragenden Säulen des Bildjournalismus bezeichnet werden. Der Film wird dabei als Erweiterung der Fotografie verstanden, da er in der Regel 24 Bildaufnahmen pro Sekunde zeigt.¹²⁶ Im Hinblick auf die zu Grunde liegende Fragestellung der vorliegenden Magisterarbeit, sind in Form von digitalen Amateuraufnahmen insbesondere Fotos und Videos bedeutsam, weshalb die Infografik und die Karikatur hier keine weitere Beachtung erfahren.

¹²³ Vgl. Rossig, Julian: Fotojournalismus. 2. überarbeitete Auflage. Konstanz: 2007, S. 11.

¹²⁴ Knieper, Thomas: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: Fasel, Christoph (Hrsg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. Konstanz: 2005, S. 83-92, hier S. 83. Verfügen Bildjournalisten darüber hinaus über Fertigkeiten im Schreiben von Texten, in Grafikdesign, Typografie und Computern spreche man auch von „visuellem Journalismus“ (vgl. ebda).

¹²⁵ Vgl. Grittmann: Das politische Bild, S. 29.

¹²⁶ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 84.

4.2 Fotojournalistische Darstellungsformen

Die Anfänge der Pressefotografie in den Tageszeitungen liegen bereits vor dem Ersten Weltkrieg. Doch erst im Laufe der 1920er Jahre und im Zuge des Booms der Illustrierten konnte sich ein moderner Fotojournalismus herausbilden, der mit autonomen narrativen Darstellungsformen aufwartete und bis zum heutigen Tag Leitbildcharakter besitzt.¹²⁷ Ähnlich wie im „Wort-Journalismus“, der beispielsweise zwischen Bericht, Reportage, Kommentar und Glosse unterscheidet, stehen dem Fotojournalismus zur bildlichen Ausgestaltung eines Themas unterschiedliche Darstellungsformen zur Verfügung.¹²⁸ Eine genauere Systematisierung findet sich bei Sachsse. Dieser differenziert zunächst zwischen dem *Einzelbild* und der *Bildserie*.¹²⁹

4.2.1 Das Einzelbild

Das Einzelbild gilt sowohl in der Tagespresse als auch in Magazin- oder Zeitschriftenbeiträgen als die meist verbreitete Form.¹³⁰ Als Darstellungsformen von Einzelbildern nennt Sachsse die *Ereignisfotografie*, welche Naturereignisse oder Naturkatastrophen, aber auch inszenierte Ereignisse zeigt – wie beispielsweise Parteitage oder etwa Sportveranstaltungen. Als Teilbereich der Ereignisfotografie identifiziert er die *Nachrichtenfotografie*. Diese besitzt einen hohen Aktualitätsbezug. Sofern sie einem überzeitlichen Anspruch mit hohem Nachrichtenwert genügt, spricht Sachsse von *Dokumentationsfotografie*.¹³¹ Diesen Darstellungsformen gemein ist, dass sie ein *Ereignis* zeigen:

Nachrichten sind Berichte von Geschehnissen mit klarem Zeitbezug. Man weiß erst seit kurzem davon, also bringt das Bild etwas Neues, bisher Ungesehenes. Da die schnelle Nachrichtenübermittlung mittlerweile vom Fernsehen übernommen wurde, hat die Ereignisfotografie eine neue Funktion erhalten: Sie fasst das Geschehen in einem symbolisch wirkenden Bild zusammen. Zwei Sorten Ereignisse kennt das Pressebild: die inszenierten Ereignisse und die Unfälle oder Katastrophen.¹³²

¹²⁷ Vgl. Grittmann: Das politische Bild, S. 30.

¹²⁸ Vgl. Sachsse, Rolf: Bildjournalismus heute. Beruf, Ausbildung, Praxis. München: 2003, S. 72.

¹²⁹ Vgl. ebda, S. 72-74.

¹³⁰ Vgl. ebda, S. 74.

¹³¹ Vgl. ebda, S. 72-73.

¹³² Vgl. ebda, S. 79.

Eine weitere Darstellungsform des Einzelbildes ist das Personenfoto: Während das *Porträtfoto* einen Menschen in den Fokus stellt, zeigt das *Gruppenfoto* mehrere Personen. Nicht zuletzt ist die *Featurefotografie* zu nennen, die einen künstlerischen Anspruch erfüllen will – etwa in der Architektur- oder Theaterfotografie.¹³³ Das einzelne Nachrichtenbild hielt vor allem in die Tageszeitungen Einzug.¹³⁴ Laut Grittmann dominieren hier insbesondere drei Bildsujets: das Porträt, das Situationsfoto sowie Sach- bzw. Landschaftsaufnahmen. Dabei bilden Situationsfotos die größte Gruppe.¹³⁵

4.2.2 Bildserien

Neben der Darstellung anhand eines Einzelbildes lassen sich Themen aber auch in sequenziellen Bildbeiträgen, als Reportage oder Geschichte behandeln.¹³⁶ Dies ist eben die so genannte *Bildserie*, „eine klassische Form der journalistischen Bildberichterstattung bis hin zur fotografischen Ablauf- und Bewegungsdarstellung.“¹³⁷ Demnach gibt es also drei verschiedene Kategorien der Bildserie:

Nicht zur chronologischen Wiedergabe, sondern zur Bebilderung eines Themas aus verschiedenen Perspektiven wird die *Bildreportage* eingesetzt. Für gestaltete Abläufe über mehrere Bilder empfiehlt sich der Begriff *Bildgeschichte*, bei strengen zeitlichen oder räumlichen Bildfolgen spricht man von einer *Sequenz*.¹³⁸

Bei Bildsequenzen ist die Fotografie laut Sachsse „nichts anderes als ein langsam laufender Film, dessen Bilder neben- oder übereinander auf eine Seite gedruckt werden.“¹³⁹ Als klassische Beispiele für Bildsequenzen nennt er die Aufnahmen von der Errichtung des Eiffelturms oder die Sprengungen von Industriebauten in den 60er und 70er Jahren im Ruhrgebiet in Deutschland.¹⁴⁰

¹³³ Vgl. Sachsse: Bildjournalismus heute, S. 73.

¹³⁴ Vgl. Grittmann: Das politische Bild, S. 32.

¹³⁵ Vgl. Grittmann/Neuerla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 19.

¹³⁶ Vgl. Sachsse, Rolf: Bildjournalismus heute, S. 74.

¹³⁷ Ebda.

¹³⁸ Ebda.

¹³⁹ Ebda, S. 78.

¹⁴⁰ Vgl. ebda.

Obwohl bereits im 19. Jahrhundert entstanden, erlebten Bildreportagen ihren Zenit erst in den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts. Zwischenzeitlich galten sie sogar schon als weitgehend „ausgestorbene“ Darstellungsform. Das Internet hat den Bildreportagen jedoch wieder neuen Auftrieb gegeben.¹⁴¹ Beifuß' Definition der Bildreportage lautet folgendermaßen:

Ein Thema wird in viele Aspekte zerlegt und fotografisch eingekreist. Ablauf und Arbeitsweise sind nicht notwendigerweise von Anfang an auf eine Dramaturgie hin angelegt. In der Endfassung sollten die Fotos jedoch über mehrere Stationen hinweg ein Konzept erkennen lassen und in *einem* Foto wesentliche Gesichtspunkte zusammenfassen.¹⁴²

Bei der Bildreportage steht – genauso wie bei der Textgattung Reportage – die Darstellung von Fakten im Vordergrund, wie Sachsse erklärt. Dabei ist auch gerade das Verhältnis von Text und Bild entscheidend.¹⁴³ Über die Bedeutung von Bildreportage und Bildessay in der tagesaktuellen Berichterstattung schreibt Grittmann: „Fotoreportagen oder Fotoessays spielen in der Berichterstattung – insbesondere in der politischen Berichterstattung von Tageszeitungen – eine marginale Rolle.“¹⁴⁴ Sie sind hauptsächlich in Zeitschriften zu finden; damit fristet die Reportagefotografie in den Printmedien oftmals ein Nischendasein.¹⁴⁵

Genauso wie sich die Nachricht und die Reportage im Zuge des Paradigmas einer „objektiven“ – das heißt an der Wirklichkeit ausgerichteten Berichterstattung – entwickelten, so bildete sich auch das Nachrichtenfoto und die Fotoreportage dementsprechend entlang dieser an Bedeutung gewinnenden Leitlinie heraus.¹⁴⁶ Dabei ist der Anspruch an Authentizität eine für die Pressefotografie spezifische Art der Objektivität, wie der folgende Abschnitt darstellt.

¹⁴¹ Vgl. Sachsse, Rolf: Bildjournalismus heute, S. 74.

¹⁴² Beifuß, Hartmut: Bildjournalistische Darstellungsformen. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 119-130, hier S. 126.

¹⁴³ Vgl. Sachsse, Rolf: Bildjournalismus heute, S. 75.

¹⁴⁴ Grittmann: Das politische Bild, S. 44.

¹⁴⁵ Vgl. Grittmann/Neuerla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 19.

¹⁴⁶ Vgl. Grittmann: Das politische Bild, S. 30.

4.3 Authentizitätsanspruch des Pressefotos

Der Einzug der computergesteuerten Technik in die Redaktionen begann Mitte der 70er Jahre und brachte auch die Digitalisierung der Arbeitsprozesse im Fotojournalismus mit sich. Seit den 80ern werden Bilder oftmals nicht mehr nur in den Redaktionen digital bearbeitet, sondern auch die Fotografen selbst verfügen über Digitalkameras. Ebenso sind die Bildarchive von Agenturen über das Internet vernetzt und abrufbar.¹⁴⁷

„Mit der Elektronisierung des fotografischen Arbeits- und redaktionellen Produktionsprozesses hat sich im (Foto-)Journalismus eine Diskussion darüber entzündet, ob Fotos überhaupt noch glaubwürdig seien, eröffnete die Technik doch auch Möglichkeiten, Bilder relativ einfach zu manipulieren.“¹⁴⁸

Ungeachtet des Bewusstseins über die Zweischneidigkeit des vermeintlichen Authentizitätscharakters von Fotografien, werde Bildmaterial laut Haller häufig als authentisch bewertet – und das, obwohl sogar die Echtheit von den Redaktionen mitunter nicht verifiziert werden konnte. So zum Beispiel bei jenem Video, das angeblich die Hinrichtung Saddam Husseins zeigen soll. Solches Material habe in der Bildberichterstattung allerdings Ausnahmecharakter. Es gelte die Regel, einen markanten Aspekt des Ereignisses zu zeigen, auf dem nach Möglichkeit auch die handelnden Personen zu sehen sind. Im Printjournalismus handle es sich, wie Haller festhält, aber oft um einzelne Bilder, die durch die Singularität der Aufnahme erheblich einfacher zu manipulieren sind als ganze Video-Sequenzen.¹⁴⁹

„Als spezifische Form des journalistischen Objektivitätsanspruches zählt in der Pressefotografie bzw. dem Fotojournalismus die *Authentizität*.“¹⁵⁰ Auch wenn diese durch die Digitalisierung und das damit verbundene Manipulationspotenzial gefährdet scheint, ändert dies offenkundig nichts am Anspruch des Fotojournalismus, Objektivität und damit Authentizität gewährleisten zu wollen: „Das Wissen um die neuen digitalen Manipulationsmöglichkeiten hat im Fotojournalismus keineswegs zur Aufgabe des Au-

¹⁴⁷ Vgl. Grittmann: Das politische Bild, S. 36.

¹⁴⁸ Ebda.

¹⁴⁹ Vgl. Haller: Die Wirklichkeit der Bilder, S. 38.

¹⁵⁰ Grittmann: Das politische Bild, S. 36.

thentizitätsanspruches geführt.“¹⁵¹ Zumindest in den Qualitätsmedien werde dieser Anspruch nach wie vor aufrechterhalten und ob des Wissens um die Möglichkeit der Manipulation sogar verstärkt eingefordert.¹⁵² Bereits vor der Einführung der Digitalisierung wurde die angebliche Authentizität des Bildes ja dadurch in Zweifel gezogen, dass alle Bilder manipulierbar sind und es sich grundsätzlich nur um eine scheinbare Authentizität handelt.¹⁵³ Freilich haben aufgedeckte Bildmanipulationen aber verstärkt zu Diskussionen über die Authentizität des Pressefotos geführt – ganz besonders im Informationsjournalismus. Allerdings ist es nicht so, dass der Fotojournalismus aus diesem Grund die Segel gestrichen und die Authentizitätsnorm in der Berichterstattung generell aufgegeben hätte. Vielmehr sind Diskussionen darüber entbrannt, wie diese Authentizität wieder sichergestellt werden könne.¹⁵⁴

Darüber hinaus führten die kaum mehr zu entlarvenden Möglichkeiten digitaler Bildbearbeitung und die Entwicklung digitaler Kameras, die Bilder ohne ein entsprechendes Original produzieren, zu heftigen Debatten darüber, ob der Fotojournalismus in dieser Form überhaupt noch eine Zukunft habe.¹⁵⁵ Doch gerade die zumeist von Journalisten selbst aufgedeckten Bildmanipulationen machen deutlich, in welchem Maße der Journalismus – und eben auch der Foto- bzw. Bildjournalismus – weiterhin versucht, dem Anspruch einer wahrheitsgetreuen Berichterstattung gerecht zu werden. Diese Objektivität ist eine der zentralen Normen des Informationsjournalismus.¹⁵⁶

Auch wenn der Bildjournalismus spezielle Charakteristika in Bezug auf das Mittel aufweist, dessen er sich zur Erfüllung seiner Aufgabe bedient, ist er dem Wortjournalismus im Hinblick auf die Nutzung unterschiedlicher Gestaltungsformen, ihrer Leistungsansprüche und auch im Hinblick auf seinen Objektivitätsanspruch ähnlich. Aus diesem Grund wird auf den folgenden Seiten ein kurzer Blick auf Berichterstattungsmuster – im Speziellen den Informationsjournalismus – sowie grundlegende journalistische

¹⁵¹ Grittmann: Das politische Bild, S. 36.

¹⁵² Vgl. ebda, S. 36-37.

¹⁵³ Vgl. ebda, S. 37. Vgl. dazu auch Kapitel 2.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

¹⁵⁴ Vgl. Grittmann: Das politische Bild, S. 37-38.

¹⁵⁵ Vgl. ebda, S. 38. Vgl. dazu auch Klein, Peter: Chancen und Risiken. In: Journalist, Nr. 2, 1996, S.69-72 sowie Zint, Günter: Als die Bilder lügen lernten! Über die elektronische Bildverarbeitung und das Urheberrecht. In: Publizistik & Kunst, Nr. 11, 1993, S. 12-13.

¹⁵⁶ Vgl. Grittmann: Das politische Bild, S. 36.

Normen und Charakteristika einer Nachricht geworfen, da die Aufgabe des Bildjournalisten ebenso in der Informationsvermittlung und dem Verbreiten von Nachrichten besteht.

4.4 Berichterstattungsmuster und journalistische Normen

Im Laufe der vergangenen 150 Jahre hat sich ein Berufsverständnis entwickelt, bei dem Journalisten als primäre Funktion eine Beobachterrolle in der Gesellschaft einnehmen. Diese Position verlangt vor allem Unabhängigkeit gegenüber bestehenden Machtverhältnissen sowie die Prüfung und Auswahl von Informationen, die für eine Veröffentlichung in Betracht kommen. Weitere wichtige Handwerksregeln sind das Gebot der Quellentransparenz, die Überprüfung und Erweiterung von Informationen durch eigene Recherchen, die eindeutige Trennung von Nachricht und Meinung und zuletzt der Anspruch einer umfassenden Information. Damit werden die interkulturellen Kulturleistungen des *Informationsjournalismus* beschrieben.¹⁵⁷

Jegliches Modell journalistischer Funktionen, Leistungen oder Aufgaben bezieht sich stets auf zwei Aspekte: das jeweilige Verhältnis zur Wirklichkeit sowie die Art und Weise, wie dieser Realitätsbezug in unterschiedlichen Medienaussagen inszeniert wird. Diese Darstellungsweisen bzw. -muster lassen sich auch als „Berichterstattungsmuster“ bezeichnen.¹⁵⁸ Der Informationsjournalismus ist dabei jenes Berichterstattungsmuster, das in den Mediensystemen westlichen Typs – seit seiner Entstehung im Zuge der Entwicklung der modernen Massenkommunikation vor mehr als 100 Jahren – noch heute dominierend ist. Aussagenentstehung innerhalb dieser „objektiven Berichterstattung“ ist hier das Ergebnis komplexer Handlungsabläufe in durchorganisierten Redaktionssystemen und nicht mehr das Werk einzelner journalistischer Persönlichkeiten. Der Redakteur gilt als objektiver und neutraler Informationsvermittler zwischen den Tatsachen und der Gesellschaft.¹⁵⁹

¹⁵⁷ Vgl. Haller, Michael: Lässt sich die Medienfreiheit globalisieren? In: Haller, Michael (Hrsg.): Das freie Wort und seine Feinde. Zur Pressefreiheit in den Zeiten der Globalisierung. Konstanz: 2003, S. 11-27, hier S. 26.

¹⁵⁸ Vgl. Weischenberg: Journalistik, Band 2, S. 111-112.

¹⁵⁹ Vgl. ebda, S. 112-113.

Anders der *investigative Journalismus* oder *Enthüllungsjournalismus*: „Investigativer Journalismus deckt auf, Enthüllungsjournalismus macht bekannt, wobei die Grenzen fließend sind [...]“¹⁶⁰ Im Gegensatz zum Informationsjournalismus, der die Welt – vereinfacht gesagt – auf Fakten und Meinungen reduziert, die „bequem“ möglichst ausgewogen zitiert werden können, stellt der investigative Journalismus (wie auch der Präzisions-, der interpretative und der *New Journalism*)¹⁶¹ die intensive Recherche, das Ausleuchten und Hinterfragen in den Vordergrund. Demnach kommt es hier insbesondere auf den einzelnen Journalisten, sein Verantwortungsgefühl, seine Kompetenzen und Wirklichkeitsentwürfe an. Damit handelt es sich beim investigativen Journalismus, der den Journalisten als Wachhund oder Anwalt begreift, um eine eher subjektive Berichterstattungsweise.¹⁶² Doch dieses Berichterstattungsmuster kann, wie Weischenberg betont, keine grundlegende Alternative zur objektiven Berichterstattung sein. Nicht umsonst ist der Informationsjournalismus in den meisten Mediensystemen weiterhin das bestimmende strukturelle und professionelle Berichterstattungsmuster.¹⁶³

Für die professionelle Kompetenz des Informationsjournalismus gelten weltweit gewisse Hauptmerkmale und Leitnormen der journalistischen Arbeit – die sogenannten *Codes of Conduct*, nach denen sich der Journalismus überall auf der Welt orientieren soll. Diese Normen sind laut Haller global gesehen erstaunlich deckungsgleich und weisen

¹⁶⁰ Vgl. Weischenberg: *Journalistik*, Band 2, S. 117.

¹⁶¹ Der Präzisionsjournalismus sieht den Journalisten als Forscher und bedient sich bei der Reportage sozialwissenschaftlichen Methoden, die den Abstand der Fakten zur wissenschaftlichen Interpretation dieser Fakten verringern sollen. Beim interpretativen Journalismus tritt der Journalist in erklärender Funktion auf. Er will Zusammenhänge und Hintergründe beleuchten und Analysen liefern, um so zur Meinungsbildung zu befähigen. Zwangsläufig ist diese Berichterstattungsart aber eher subjektiv und individualistisch. Der *New Journalism* wiederum sieht den Journalisten als eine Art Unterhalter. Dieses Berichterstattungsmuster muss sich im Speziellen den Vorwurf des Subjektivismus gefallen lassen, da es sich um eine sehr persönliche Art der journalistischen Darstellung handelt (vgl. ebda, S.114-116).

¹⁶² Vgl. Weischenberg: *Journalistik*, Band 2, S. 114-118. Ludwig bezeichnet den investigativen Journalismus als einen „erforschende[n] oder auch hartnäckig recherchierende[n] Journalismus, der sich nicht mit oberflächlichen Erklärungen und offiziellen Statements begnügt, sondern hinter die Kulissen schauen will [...]“ (Ludwig, Johannes: *Investigativer Journalismus. Recherchestrategien, Quellen, Informanten*. Konstanz: 2002, S. 9) Kennzeichen für investigativen Journalismus sind, dass Themen von gesellschaftlicher und/oder politischer Relevanz aufgegriffen werden und den Informanten in der Regel eine aktive Rolle zukommt, da häufig gegen Barrieren und Widerstände recherchiert wird (vgl. ebda, S. 19-21). Auf das „Festbeißen“ an einer Story verweist auch Randall: „*Investigative Reporting starts at the point where the day-to-day work stops. It does not accept secrecy and the refusal of officials to give information. It finds out for itself.*“ (Randall, David: *The universal Journalist*. London: 1996, S. 77).

¹⁶³ Vgl. Weischenberg: *Journalistik*, Band 2, S. 117-119.

einen großen gemeinsamen Nenner auf.¹⁶⁴ Insbesondere gelte dies für die folgenden Leitnormen zum beruflichen Rollenverständnis, der Informationsbeschaffung und -verbreitung sowie zur Veröffentlichung von Informationen, die sich am besten Anhand einer Übersicht darstellen lassen:



Abbildung 4: Journalistennormen nach Haller¹⁶⁵

Unter den in Abbildung 4 angeführten journalistischen Normen erscheint im Kontext dieser Magisterarbeit bei der Berufsrolle vor allem die Stützung von Vertrauen und Glaubwürdigkeit in die Medien relevant. Im Hinblick auf Informationsbeschaffung ist wohl zum einen die umfassende Erschließung von Informationsquellen zentral sowie die damit zum anderen eng verbundenen Aspekte bei der Informationsverbreitung: nämlich die Überprüfung von Informationen, Kennzeichnung nicht geprüfter und keine Veröffentlichung falscher Angaben sowie Quellentransparenz. Zuletzt ist in Sachen

¹⁶⁴ Vgl. Haller: Lässt sich die Medienfreiheit globalisieren, S. 26.

¹⁶⁵ Vgl. ebda, S. 26-27.

Veröffentlichung eine deutliche und möglichst rasche Korrektur bei fehlerhafter Berichterstattung im Hinterkopf zu behalten.

Grundsätzlich lässt sich auch für den Bildjournalismus sagen, dass er – wie oben dargestellt – also primär eine Form des Journalismus ist, der gleichermaßen bestimmten Mustern und Normen unterliegt: „Normen, Strukturen, Funktionen und Rollen bestimmen in einem Mediensystem, was Journalismus ist, der dann nach diesen Bedingungen und Regeln Wirklichkeitsentwürfe liefert.“¹⁶⁶ Denn Medienakteure sind und bleiben letztendlich eingeschlossen in Struktur-, Normen- und Funktionszusammenhänge.¹⁶⁷ Wie genau diese Strukturen innerhalb der Bildredaktionen beziehungsweise im Bildjournalismus generell aussehen, schneidet das folgende Kapitel an.

4.5 Organisationsstrukturen, Rollen und Programme

Anders als bei den in Ressorts unterteilten „Wort“-Redaktionen, ist der Fotojournalismus nicht auf ein bestimmtest Themengebiet beschränkt und dementsprechend auch nicht in bestimmte Themenressorts unterteilt:

Anders als bei den thematisch variierenden Ressort-Journalismen handelt es sich beim Fotojournalismus nicht um einen Journalismus mit spezifischen Themengebieten. Die besonderen Merkmale des Fotojournalismus liegen vielmehr bei seiner spezifischen Medialität und Repräsentationsform, eben der Fotografie, die wiederum mit spezifischen, konkreten Regeln und Praktiken im Arbeitsprozess verbunden ist.¹⁶⁸

So klar die Strukturen in „gewöhnlichen“ Redaktionen zum Teil sein mögen: Wenn es um den Fotojournalismus gehe, müsse man die klassischen Organisationsstrukturen von Redaktionen laut Grittmann, Neverla und Ammann erst einmal suchen. Obwohl im Bereich der Printmedien zahlreiche Ressorts existieren, ist so etwas wie ein Fotoressort oder gar eine Fotoredaktion rar, die Rolle des Bildredakteurs selten und die Profession daher auch eher gering geschätzt. Nur wenige, große Magazine und Tages- bzw. Wochenzeitungen leisten sich überhaupt noch eigene Bildredaktionen, so die Autorinnen – als Beispiele werden hier nur Medien aus der deutschen Presseland-

¹⁶⁶ Weischenberg: Journalistik, Band 2, S. 69

¹⁶⁷ Vgl. ebda, S. 70.

¹⁶⁸ Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 15.

schaft aufgeführt, etwa der *Stern*, die *Süddeutsche Zeitung*, die *FAZ* und die *Zeit*. Mitunter wurden Fotoredaktionen sogar aufgelöst, was im Widerspruch zur steigenden Bedeutung des Bildes und dem Trend zur Visualisierung zu stehen scheint.¹⁶⁹ Und wenn es keine eigens für die Sparte „Foto“ vorgesehenen und geschulten Mitarbeiter in den Redaktionen mehr gibt, weist dies auch auf die steigende Notwendigkeit einer erhöhten Bildkompetenz aller Redakteure hin.

Die meisten Pressefotografen bzw. Fotojournalisten arbeiten gemäß Grittmann, Neverla und Ammann frei. Dieser freie Bildmarkt hat eigene Organisationsstrukturen ausgebildet, die allerdings kaum erforscht sind.¹⁷⁰ Auch zum Rollenverständnis von Foto- bzw. Bildjournalisten lässt sich mit Lauber anmerken, dass Bildjournalisten in den Untersuchungen zu Rollenbildern im Journalismus bisher eigentlich keine Rolle spielen.¹⁷¹ Sie liefert mit ihrer Untersuchung dazu einen ersten Ansatz. Dabei bezieht sich Lauber auf eigene Ergebnisse im Zuge von Leitfaden gestützten Interviews, die im Rahmen einer längeren, noch nicht abgeschlossenen Forschungsarbeit einzuordnen sind.¹⁷² Zudem verweist sie auf eine Studie von Marr u.a. mit dem Titel *Journalisten in der Schweiz*, die erstmals auch Fotografen, die im schweizerischen Berufsregister für Journalisten eingetragen sind, zu ihrem Rollenverständnis befragt hat – auch wenn diese Personen in der Studie nicht explizit als Fotografen ausgewiesen werden.¹⁷³ Selbst wenn damit lediglich erste Anhaltspunkte zum Rollenbild von Fotojournalisten eröffnet werden, so zeichnet sich für Lauber doch folgendes (vorläufiges) Fazit ab: „Offensichtlich ist, dass Fotojournalisten ein berufliches Selbstverständnis vertreten, das dem der Wortjournalisten ähnlich ist – zumindest gilt das im Einzelfall. Auch hier sind Vorstellungen vom ‘neutralen Vermittler’, vom ‘Analytiker’ und ‘Ratgeber’ bis zum ‘Missionar’ und ‘Forscher’ virulent.“¹⁷⁴

¹⁶⁹ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 15-16.

¹⁷⁰ Vgl. ebda, S. 16.

¹⁷¹ Vgl. Lauber, Maria: Bildjournalisten – die modernen Missionare? Rollenbilder im internationalen Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln: 2008, S. 165-177, hier S. 167.

¹⁷² Vgl. ebda, S. 168-169.

¹⁷³ Vgl. ebda, S. 168-170. Vgl. zudem Marr, Mirko u.a.: Journalisten in der Schweiz. Eigenschaften, Einstellungen, Einflüsse. Konstanz: 2001.

¹⁷⁴ Lauber: Bildjournalisten – die modernen Missionare, S. 175.

Das Rollenbild des neutralen Berichterstatters nimmt dabei eine übergeordnete Bedeutung ein.¹⁷⁵ Die zweitwichtigste Gruppe, die Lauber identifiziert, sind jene Rollenselbstbilder, welche die Orientierungs- und Analysefunktion in den Vordergrund rücken. Dies sind unter anderem Fotojournalisten, die sich in der Rolle des „Analytikers“ sehen:¹⁷⁶ „Das könnte auf den Bildjournalismus bezogen heißen, dass er das Ereignis auf mehreren (zeitlichen wie räumlichen) Perspektiven betrachtet und hinter die Kulissen eines Ereignisses zu ‘blicken’ versucht, die Hintergründe prüft, die Erscheinungen hinterfragt.“¹⁷⁷ Der „Analytiker“, der auch zur Meinungsbildung beitragen will, wird gefolgt vom „Ratgeber“, dem „Kontrolleur“ und dem „Kritiker“. Auch pluralistische Selbstbilder sind verbreitet.¹⁷⁸ Grundsätzlich lässt sich mit Grittmann, Neverla und Ammann Folgendes festhalten: „Der Fotojournalismus mit seinen Organisationsstrukturen, professionellen Rollen und ‘Programmen’, seinen Vorstellungen und Ideen unterliegt seit spätestens den 1990er Jahren selbst einem dynamischen Wandel, der vor allem durch die Digitalisierung und Globalisierung, aber auch durch den ökonomischen Druck forciert wird.“¹⁷⁹ Innerhalb der unterschiedlichen Organisationsstrukturen lassen sich die einzelnen Rollen laut Grittmann, Neverla und Ammann am besten anhand ihrer Eigenheiten festmachen:

In den Redaktionen der Medienunternehmen finden sich teilweise eigene Ressorts, Bildredaktionen, die nach demselben Prinzip wie Themenressorts organisiert sind, und dementsprechend hierarchische Gliederungen aufweisen, wie beispielsweise Bildredaktionsleiter und Bildredakteure. Im Gegensatz zu den Themenressorts sind die Redakteure vorrangig für die Bildbeschaffung und -auswahl zuständig. Sie fotografieren nicht selbst. Die Bilder werden hauptsächlich von Bildagenturen (wiederum mit Redaktionen), Archiven oder freien Fotografenvereinigungen geliefert, die feste oder freie Fotografen beschäftigen, die somit ‘Reporter’-Rollen einnehmen. Diese Trennung in Redakteurs- und Reporterrollen ist im Fotojournalismus weitaus verbreiteter als im Textjournalismus. Abgesehen von bekannten Reportagefotografen ist allerdings wenig darüber bekannt, in welchem Maß Reporter professionalisiert sind.¹⁸⁰

¹⁷⁵ Vgl. Lauber: Bildjournalisten – die modernen Missionare, S. 170-171.

¹⁷⁶ Vgl. ebda, S. 171-172.

¹⁷⁷ Ebda, S. 171.

¹⁷⁸ Vgl. ebda, S. 172-174.

¹⁷⁹ Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 19.

¹⁸⁰ Ebda, S. 17.

Folglich bleibt oftmals auch unklar, inwiefern es sich bei dem jeweiligen Fotografen um einen professionellen Pressefotografen gehandelt hat, der sich an gängige journalistische Normen und Qualitätsstandards hält oder ob es sich bei ihm um einen Laien gehandelt hat, der diese nicht berücksichtigt bzw. eventuell gar nicht mit diesen Standards vertraut ist.

Letztendlich liegt der Entschluss, welche Bilder in der Berichterstattung verwendet werden, bei den Redaktionen, die dabei spezifische Programme und Routinen anwenden – diese sind: a) *Rechercheprogramme*, wobei es um Quellen und Recherchemethoden geht, die beim Fotojournalismus vom stark auftragsgebundenen Terminjournalismus bis hin zu langwierigen Recherchen reichen; b) *Darstellungsprogramme*, die sich – wie im gesamten Informationsjournalismus üblich – an der Norm Aktualität bzw. Objektivität orientieren. Für den Fotojournalismus gilt in diesem Zusammenhang außerdem eine besondere Art der Aufnahmetechnik: die Aufnahme auf Augenhöhe, der Verzicht auf extreme Einstellungsgrößen sowie die Natürlichkeit der Aufnahme. Zuletzt sind c) *Selektionsprogramme* zu nennen. Auch wenn dieses Gebiet kaum erforscht ist, weist die visuelle Berichterstattung in den Printmedien bestimmte Strukturen auf, von denen sich Rückschlüsse auf das Selektionsverhalten ziehen lassen – ähnlich wie bei den Nachrichtenwertfaktoren. In der Fernsehberichterstattung etwa gilt *Visualität* heutzutage sogar selbst als ein bedeutender Nachrichtenfaktor.¹⁸¹

Damit ist bereits die Thematik des folgenden Kapitels angesprochen: Welche Mechanismen und Kriterien spielen dabei eine Rolle, welches Foto für die Berichterstattung verwendet wird oder eben nicht? Einerseits gilt es hier, einen Blick auf den Bildredakteur im Sinne des „Schleusenwärters“ zu werfen, andererseits aber auch die Theorie der Nachrichtenwerte heranzuziehen, um eine fundierte Grundlage für die Bildauswahl zu liefern.

¹⁸¹ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 17-18.

5. Welches Foto? – Auswahlkriterien in der Redaktion

So sehr unsere heutige Zeit auch von Bildern dominiert wird: Nicht jedes Foto landet abgedruckt als Teil der Berichterstattung in den Medien. Weil Bildjournalisten ihren primär mit Worten arbeitenden Kollegen gleichgestellt sind und eine gemeinsame Aufgabe haben, ist zumindest anzunehmen, dass sich vorherrschende Kriterien zur Auswahl von Nachrichten in gewissem Sinne auch analog auf die Selektion von Bildern übertragen lassen. Doch welche Mechanismen spielen genau eine Rolle bei der Frage, welche Ereignisse – egal ob in Wort oder Bild – tatsächlich zur Nachricht werden und welche Ereignisse keiner Meldung wert erscheinen? Welche Routinen kommen zum Tragen? Und was macht ein Bild zur Nachricht? Eine Antwort darauf geben die folgenden Kapitel.

5.1 Der Bildredakteur als Gatekeeper

Der Auswahlprozess, welche Ereignisse der Öffentlichkeit als Nachrichten präsentiert werden, beschäftigt die Medienwissenschaft laut Schwiesau und Ohler schon seit rund 100 Jahren.¹⁸² Die *Gatekeeper*-Theorie gilt dabei als einer der Klassiker unter den Theorien zur Nachrichtenauswahl.¹⁸³ Sie beschäftigt sich mit den Redakteuren und den Einflüssen, denen diese bei ihrer täglichen Arbeit unterliegen.¹⁸⁴ Die ersten empirischen Analysen zu diesem Thema gehen auf Manning White, Professor für Journalistik an der University of Boston, zurück. Er bezog sich dabei auf die Arbeit des Psychologen Kurt Lewin. Dieser hatte in den 40er Jahren im Zuge einer Untersuchung zu Ernährungsgewohnheit und Kaufentscheidung von ungewohnten Nahrungsmitteln eine neue Theorie entwickelt, die besagt, dass bestimmte Kanäle und Schleusen („*channels and gatekeepers*“) existieren, welche die Nahrungsmittelbeschaffung beeinflussen steuern – beispielsweise gruppenspezifische Prozesse. Was mit Lewins Modell über die Auswahl von Speisen gesagt werden kann und darüber, ob und wie sie den Weg von der Quelle bis zum Konsumenten finden, lässt sich genauso auf die Auswahl von Nachrichten

¹⁸² Vgl. Schwiesau, Dietz/Ohler, Josef: Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München: 2003, S. 47.

¹⁸³ Vgl. Boetzkes, Claus-Erich: Organisation als Nachrichtenfaktor. Wie das Organisatorische den Content von Fernsehnachrichten beeinflusst. Wiesbaden: 2008, S. 20.

¹⁸⁴ Vgl. Schwiesau/Ohler: Die Nachricht, S. 48.

ten und deren Weg vom Ereignis zum Rezipienten übertragen. So gibt es auch hier verschiedene Kanäle, zwischen denen sich Tore bzw. Schleusen („*gates*“) befinden. Diese werden nun von einem Wächter oder Schleusenwärter, dem „*gatekeeper*“, kontrolliert und öffnen oder schließen sich nach feststehenden Regeln.¹⁸⁵ Bei Burkart heißt es dazu:

Im Anschluß an Lewin verweist die Bezeichnung „*gatekeeper*“ (Pfortner, Schleusenwärter) auf die Vorstellung, daß (!) es auch im Prozeß (!) der Nachrichtenübermittlung strategisch wichtige Pforten, Schleusen, Schaltstellen gibt, an denen einzelne Nachrichtenredakteure darüber entscheiden, welche Nachrichten weitergeleitet werden und welche nicht.¹⁸⁶

Der Kommunikationswissenschaftler White war nun der erste, der Lewins Modell 1949/50 auf die Nachrichtenselektion übertrug. Dabei beschäftigte er sich allerdings lediglich mit dem *gatekeeper* als Person. Ihn interessierte demnach nur das letzte Glied in der Kette, nämlich der bearbeitende Redakteur, der dafür verantwortlich ist, ob eine Meldung letztendlich in ein Medium übernommen wird oder nicht. Als entscheidender Schleusenwärter im Nachrichtenfluss gilt dem „*wire editor*“ – in diesem Fall dem Redakteur sowie seinen Motiven für die Auswahl einer Nachricht – Whites gesamte Aufmerksamkeit.¹⁸⁷

Das Ergebnis von Whites Untersuchung erwies sich allerdings als eher ernüchternd, da vor allem organisatorische und formale Bedingungen die Nachrichtenselektion beeinflussten – beispielsweise gaben zum Teil Platzgründe oder auch schlicht der Zeitpunkt des Eintreffens einer Meldung häufig den Ausschlag. Daneben spielten inhaltliche Kriterien und subjektive Gründe bei der Auswahl eine Rolle. Nachfolgestudien belegten allerdings, dass vor allem Sachzwänge bei der Auswahl von Nachrichten relevant sind.¹⁸⁸ Zwar wurde Whites Untersuchung aufgrund von methodischen Schwächen kritisiert – wie etwa dem extrem kurzen Untersuchungszeitraum von nur einer Woche sowie der Betrachtung eines Einzelfalles – und zudem wird mit der Fokussierung auf den „*wire editor*“ auch nur ein kleiner Ausschnitt aus dem Gesamtbild betrachtet.

¹⁸⁵ Vgl. Boetzkes: Organisation als Nachrichtenfaktor, S. 20-23.

¹⁸⁶ Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 276.

¹⁸⁷ Vgl. Boetzkes: Organisation als Nachrichtenfaktor, S. 24-25.

¹⁸⁸ Vgl. ebda, S. 25-28.

Dennoch ist der Begriff „*gatekeeper*“ heute ein fester Begriff in der Kommunikationswissenschaft. Denn White lieferte mit seiner Untersuchung die wichtige Initialzündung für eine Reihe von Studien über die Mechanismen und Kriterien bei der Nachrichtenauswahl.¹⁸⁹ Eine solche ist jene der Nachrichtenwertfaktoren, die im folgenden Kapitel erläutert wird.

5.2 Nachrichtenwerttheorie: Visualität als Nachrichtenfaktor

Während es bei der *Gatekeeper*-Forschung darum geht, welchen Einflüssen Redakteure unterliegen, ist der Gegenstand der Nachrichtenwerttheorie, welche *Ereignisse* den Nachrichten zugrunde liegen. Denn Nachrichtenauswahl ist laut Schwiesau und Ohler nicht nur die bloße Auswahl einer Nachricht aus vielen, sondern ist stets auch mit einer Bewertung des eigentlichen Ereignisses verbunden. Um überhaupt zur Nachricht zu werden, muss ein Ereignis einen sogenannten Nachrichtenwert besitzen.¹⁹⁰ Nach Burkart sind Nachrichtenfaktoren bestimmte Merkmale, „die ein Ereignis aufweist und die über seinen Nachrichtenwert (seine Publikationswürdigkeit) bestimmt.“¹⁹¹

Laut Boetzkes steuern die Nachrichtenwertfaktoren das journalistische Selektionsverhalten sowie das Interesse der Medienkonsumenten gleichermaßen. Sie sind keine Konstruktion der Medienproduzenten, sondern beruhen auf Erfahrungswerten.¹⁹² „Am Nachrichtenwert bemisst sich [...] die mediale Bedeutung eines Themas. Je mehr Nachrichtenfaktoren eine Meldung beinhaltet und je stärker die einzelnen Faktoren dabei ausgeprägt sind, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit der Veröffentlichung“¹⁹³, konstatiert Boetzkes. Anhand des Kriterienkatalogs der Nachrichtenwertfaktoren lässt sich also erklären, wann ein Ereignis von den Medien in die Berichterstattung aufgenommen und zur Nachricht wird. Die Basishypothese der Nachrichtenwerttheorie formuliert Dahinden folgendermaßen:

¹⁸⁹ Vgl. Boetzkes: Organisation als Nachrichtenfaktor, S. 26.

¹⁹⁰ Vgl. Schwiesau/Ohler: Die Nachricht, S. 50-51.

¹⁹¹ Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien/Köln/Weimar: 2002nschaft, S. 279.

¹⁹² Vgl. Boetzkes: Organisation als Nachrichtenfaktor, S. 65.

¹⁹³ Ebda, S. 55.

Je mehr Nachrichtenfaktoren ein Ereignis aufweist, desto höher ist sein Nachrichtenwert und damit auch die Wahrscheinlichkeit, von Journalisten als Medieninhalt ausgewählt und in Bezug auf Umfang und Position prominent platziert zu werden. Der Gesamtnachrichtenwert eines Ereignisses wird mit anderen Worten als Summe aus allen vorhandenen Nachrichtenfaktoren gebildet.¹⁹⁴

Nach Boetzkes war der US-Journalist Walter Lippmann der erste, der in diesem Zusammenhang von bestimmten *news values* sprach – bestimmte Faktoren, die dafür sorgen, dass eine Nachricht eben erst zur Nachricht wird. Denn ihm zufolge ist eine Nachricht nur das, was die Medien als solche betrachten und auswählen. Da die Realität viel zu komplex ist, um in ihrer Gesamtheit abgebildet zu werden, kann immer nur ein Ausschnitt der Wirklichkeit vermittelt werden. Lippmann suchte nach jenen ausschlaggebenden Kriterien, die eine Nachricht selektionsrelevant machen und damit eine veröffentlichungswürdige von einer veröffentlichungsunwürdigen Meldung unterscheiden.¹⁹⁵ Seine selektionsrelevanten Ereignisfaktoren sind:

- *Ungewöhnlichkeit* – im Sinne des Sensations- und Überraschungswertes
- *Etablierung* – wenn ein Thema schon einmal Gegenstand der Berichterstattung war
- *Dauer* – aufregende, kurze Nachrichten sind medienadäquater als lange
- *Einfachheit* – komplexe Sachverhalte lassen sich schwerer darstellen und schneiden deshalb bei der Selektion schlechter ab
- *Bedeutung* – im Sinne des Nutzens oder Schadens für den Rezipienten
- *Prominenz* – d.h., ob bekannte bzw. einflussreiche Personen beteiligt sind
- *Räumliche Nähe* – in Bezug auf die Entfernung des Ereignisortes zum Rezipienten des berichtenden Mediums¹⁹⁶

Lippmann legte damit den Grundstein für alle späteren Theorien des Nachrichtenwerts, die seinen Ansatz adaptierten.¹⁹⁷ Hier sind vor allem die beiden Norweger Galtung und Ruge (1965) zu nennen, die seinen Ansatz erweiterten und folgende zwölf Nachrichtenwertfaktoren unterscheiden: *Frequenz, Schwellenfaktor, Eindeutigkeit, Bedeutsamkeit, Konsonanz, Überraschung, Kontinuität, Variation, Bezug zu Elitenationen, Bezug zu Elitepersonen, Personalisierung* und *Negativität*.¹⁹⁸ Schulz (1976) wie-

¹⁹⁴ Dahinden, Urs: Framing: Eine Integrative Theorie der Massenkommunikation. Konstanz: 2006, S. 68.

¹⁹⁵ Vgl. Boetzkes: Organisation als Nachrichtenfaktor, S. 56.

¹⁹⁶ Vgl. ebda.

¹⁹⁷ Vgl. ebda.

¹⁹⁸ Vgl. ebda, S. 64.

derum benennt insgesamt schon 18 Nachrichtenwertfaktoren, die sechs verschiedenen Dimensionen zugeordnet werden können. Diese sind:

1. *Zeit*: Dauer, Thematisierung (im Sinne von Kontinuität)
2. *Nähe*: Räumliche Nähe (geografische Entfernung zwischen Ereignisort und Sitz der Redaktion), politische Nähe (bündnis- und wirtschaftspolitische Beziehungen) und kulturelle Nähe (sprachliche, religiöse, literarische, wissenschaftliche Beziehungen); Relevanz (d.h. Betroffenheit und existenzielle Bedeutung eines Ereignisses)
3. *Status*: Regionale Zentralität (politisch-ökonomische Bedeutung bei nationalen Ereignissen), nationale Zentralität (wirtschaftliche, wissenschaftliche, militärische Bedeutung bei internationalen Ereignissen); persönlicher Einfluss (politische Macht, bezogen auf politische Meldungen) und Prominenz (Bekanntheit von Personen bezogen auf unpolitische Meldungen)
4. *Dynamik*: Überraschung, Struktur (im Sinne von Komplexität bzw. Eindeutigkeit);
5. *Valenz*: Konflikt (politische Ereignisse mit aggressivem Charakter), Kriminalität, Schaden (Personen-, Sach- oder finanzieller Schaden), Erfolg (politisch, wirtschaftlich, kulturell)
6. *Identifikation*: Personalisierung, Ethnozentrismus (d.h. Bezug auf die Bevölkerung des Landes, in dem das betreffende Medium angesiedelt ist).¹⁹⁹

Während Schulz die Anzahl der Nachrichtenwertfaktoren noch von ursprünglich sechs auf 18 erhöht, sind es bei Staab (1990) und Maier (2006) insgesamt jeweils 22 Faktoren.²⁰⁰ Der von den angeführten Ansätzen aktuellste bringt erstmals eine explizite Bilddimension ins Spiel, die im Zusammenhang dieser Magisterarbeit besonders bedeutsam erscheint: Neben der ebenfalls neuen Kategorie „Sexualität und Erotik“ finden sich im Speziellen auch die Faktoren „Emotion im Bild“ sowie „Visualität“. Hier geht es darum, ob sich ein Thema gut in Bildern umsetzen lässt oder nicht.²⁰¹

¹⁹⁹ Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid: Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln/Weimar/Wien: 2001, S. 250.

²⁰⁰ Vgl. Boetzkes: Organisation als Nachrichtenfaktor, S. 63. Die Nachrichtenfaktoren nach Staab sind: Reichweite, möglicher Erfolg/Nutzen, tatsächlicher Erfolg/Nutzen, möglicher Schaden/Misserfolg, tatsächlicher Schaden/Misserfolg, räumliche Nähe, politische Nähe, kulturelle Nähe, wirtschaftliche Nähe, Überraschung, Etablierung von Themen, Zusammenhang von Themen, Status der Ereignisnation, Status der Ereignisregion, persönlicher Einfluss, Prominenz, Personalisierung, Kontroverse, Aggression, Faktizität und Demonstration. Bei Maier werden im Detail folgende Nachrichtenwertfaktoren genannt: Reichweite, Nutzen/Erfolg, Schaden/Misserfolg, deutsche Beteiligung, räumliche Nähe, politische Nähe, kulturelle Nähe, wirtschaftliche Nähe, Überraschung, Etablierung von Themen, Status der Ereignisnation, Ortsstatus, Prominenz, Personalisierung, Kontroverse, Aggression, Faktizität, Demonstration, Emotionen im Bild, Sexualität und Erotik und Visualität (vgl. Boetzkes: Organisation als Nachrichtenfaktor, S. 64). Für eine tabellarische Gegenüberstellung der Ansätze von Galtung/Ruge, Schulz, Staab und Maier vgl. ebda, S. 64.

²⁰¹ Vgl. ebda, S. 63.

Die gewaltige Dynamik, die der Trend zur Visualisierung bereits gewonnen hat, zeige sich laut Grittmann, Neverla und Amman gerade in diesem eigenen Nachrichtenwert „Visualisierung“.²⁰² Die Folge dieser Entwicklung: „Was im Journalismus nicht im Bild gezeigt werden kann, hat geringe Chancen zum Thema zu werden.“²⁰³ *Visualität* ist also bereits zu einem eigenständigen Nachrichtenwert geworden, der Einfluss auf die Selektion von Ereignissen nimmt, wie Müller in diesem Zusammenhang festhält: „Bilder sind zu einem eigenständigen Nachrichtenfaktor geworden. Längst haben sie ihre reine illustrative Rolle abgestreift.“²⁰⁴

5.3 Das Foto als journalistische Nachricht

Der Begriff „Nachricht“ ist freilich nicht exklusiv dem Journalismus vorbehalten, doch hat dieser davon sein ganz eigenes Verständnis.²⁰⁵ Für Westerbarkey handelt es sich bei Nachrichten um *deskriptive Aussagen* über Ereignisse, die eine geringe sprachliche sowie thematische Komplexität aufweisen.²⁰⁶ Weischenberg differenziert zwischen dem *Mitteilungscharakter* und der *Darstellungsform* einer Nachricht: „Nachrichten sind *allgemein* Mitteilungen von publizistischem Wert; bei der Nachricht als journalistischer Darstellungsform wird die Vermittlung von Informationen in möglichst knapper, unparteilicher Weise angestrebt.“²⁰⁷ Ähnlich lautet die Definition der journalistischen Darstellungsform „Nachricht“ von Schwiesau und Ohler: „Die Nachricht ist eine direkte, kompakte und möglichst objektive Mitteilung über ein Ereignis, das für die Öffentlichkeit wichtig und interessant ist.“²⁰⁸ Weitere Merkmale einer Nachricht seien die Direktheit der Mitteilung sowie eine möglichst große Objektivität. Zudem informieren sie die Öffentlichkeit über Neues, d.h. über ein Ereignis, das zudem möglichst rasch angeboten werden müsse.²⁰⁹

²⁰² Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 8.

²⁰³ Ebda.

²⁰⁴ Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 91.

²⁰⁵ Vgl. Westerbarkey, Joachim: Grundlagen und Aspekte der Nachrichtentheorie. In: Communications, Vol. 17, 1992/3, S. 283-295, hier S. 283.

²⁰⁶ Vgl. ebda, S. 287.

²⁰⁷ Weischenberg, Siegfried: Nachrichtenschreiben. Opladen: 1988, S. 17.

²⁰⁸ Schwiesau/Ohler: Die Nachricht, S. 13.

²⁰⁹ Vgl. ebda, S. 14-15.

Ein wichtiger Punkt sei an dieser Stelle noch hervorgehoben: Wenn von Nachrichten gesprochen wird, so muss es sich nicht grundsätzlich um Textnachrichten handeln: Auch ein Foto allein kann (zusammen mit seiner Bildunterschrift) für sich genommen eine eigenständige Nachricht ergeben.²¹⁰ Dies erscheint im Kontext der vorliegenden Magisterarbeit besonders relevant. Mit Burkart gilt es allerdings zu bedenken, dass massenmediale Berichterstattung niemals ein genaues Abbild der Realität liefert und eine vollständige und allumfassende Nachrichtenberichterstattung somit überhaupt nicht möglich ist.²¹¹ Im Gegenteil: „Ereignisse werden erst dadurch zu Nachrichten, daß (!) sie aus der Totalität und Komplexität des Geschehens ausgewählt werden.“²¹²

5.4 Selektionsroutinen und Bildkompetenz

Wie die vorangegangenen Abschnitte bereits angeschnitten haben, wird ein Ereignis oder ein Bild also erst dann zur Nachricht, wenn es aus der Vielzahl von Ereignissen und Visualisierungen ausgewählt wird. Laut Blum und Bucher müsse bei der Auswahl von Fotos aber zuallererst geklärt werden, welche Funktion das Bild eigentlich jeweils erfüllen soll.²¹³ Demnach können Fotos

- den Inhalt eines Textes veranschaulichen (darstellende Funktion)
- die Zusammenhänge zwischen Schlüsselbegriffen eines Textes darstellen (Organisationsfunktion)
- schwer verständliche Inhalte des Textes übersetzen (interpretative Funktion)
- berichtete Sachverhalte dokumentieren (dokumentarische Funktion)
- berichtete Sachverhalte symbolisieren (symbolische Funktion)
- als Blickfang zur Lektüre des Textes motivieren (dekorative Funktion)²¹⁴

Eine grundlegende Entscheidung beim Einsatz von Bildern ist jene, „ob Bild bzw. Foto und Bildunterzeile als eigenständiger Beitrag präsentiert oder in den Kontext eines Textbeitrags gestellt werden.“²¹⁵ Einen eigenständigen Bildbeitrag bezeichnen Briel-

²¹⁰ Vgl. Schwiesau/Ohler: Die Nachricht, S. 223.

²¹¹ Vgl. Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 275.

²¹² Ebda.

²¹³ Vgl. Blum, Joachim/Bucher, Hans-Jürgen: Die Zeitung. Ein Multimedium. Textdesign – ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik. Konstanz: 1998, S. 64. Zu den Funktionen von Medienbildern vgl. außerdem Kapitel 6.1 der vorliegenden Magisterarbeit.

²¹⁴ Blum/Bucher: Die Zeitung, S. 64.

²¹⁵ Grittmann: Das politische Bild, S. 47.

maier und Wolf als so genanntes „Versalbild“.²¹⁶ Dieses ist nach der Praxis benannt, den Anfang des Bildtextes „versal“ zu setzen. Sie gehören nicht zu einem Artikel, sondern stehen für sich allein, sind lediglich mit einem kurzen Text versehen oder brauchen als Schmuckbild keine genauere Erklärung.²¹⁷ In der tagesaktuellen Berichterstattung scheinen aber Bilder zu dominieren, die einen Textbeitrag begleiten.

Bei der Wahl des Bildes ist zu aller erst entscheidend, welchen Zweck das Bild erfüllen soll. Wie Grittmann festhält fehlt bei Blum und Bucher allerdings eine zumindest exemplarische Darstellung, wie diese funktionsbestimmte Selektion in der Praxis nun tatsächlich aussehen könnte.²¹⁸ Stattdessen drehe es sich eher um kompositorische und „technische“ Fragen: „Wenn es in der Praxisliteratur um die redaktionelle Verarbeitung von Fotos geht, konzentrieren sich die Darstellungen auf Fragen des Bildschnitts, der Größe, der technischen Qualität in der Textinformation.“²¹⁹ So viel bereits zur Selektionen von Nachrichten und Nachrichtenwertfaktoren im Wort-Journalismus geforscht wurde, so viel Unklarheit herrscht auf diesem Gebiet jedoch noch im Bereich des Bildjournalismus: „Im Unterschied zu textlichen Nachrichtenwertfaktoren ist die Wirkung visuell vermittelter Informationen noch kaum erforscht“²²⁰, wie Müller konstatiert. „Dabei werden die Selektionskriterien von Fotografen und Bildredaktionen Tag für Tag aufgrund professioneller Routinen praktiziert, jedoch kaum reflektiert.“²²¹ Mit Haller lässt sich dennoch Folgendes festhalten:

Die Profis [...] wissen, dass gelungene Medienbilder [...] meist eine einfache Botschaft vermitteln und universell, also unabhängig von religiösen, ethischen und sozialen Kontexten verstehbar zu sein scheinen. Sie besitzen wegen ihrer emotionalisierenden Effekte auch ein hohes Identifikationspotenzial und bieten in moralischer Hinsicht eine plakativ verstandene 'binäre' Aussage, also einfache Schemata, wie: Geborgenheit-Verlorensein, Glück-Verhängnis – und bei Konfliktthemen das ihnen immanente Gut-Böse.²²²

²¹⁶ Vgl. Brielmaier, Peter/Wolf, Eberhart: Zeitungs- und Zeitschriftenlayout. 2. Auflage. Konstanz: 2000, S. 39.

²¹⁷ Vgl. ebda.

²¹⁸ Grittmann: Das politische Bild, S. 47.

²¹⁹ Ebda. Vgl. dazu z.B. auch Sachsse: Bildjournalismus heute, S. 95-99.

²²⁰ Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 83.

²²¹ Ebda, S. 83.

²²² Haller: Die Wirklichkeit der Bilder, S. 46.

Tatsächlich erinnert dies wiederum stark an die weiter oben angeführten Nachrichtenwertfaktoren. Bei Fotografien kommt aufgrund ihrer Bildmacht und ihrer assoziativen Logik allerdings noch viel stärker als bei Worten ein weiterer Aspekt hinzu – gerade wenn es um das alte Schema Gut/Böse bzw. um Täter/Opfer-Diskurse geht: „Mit Pressefotografien wird Politik gemacht. Bilder, die Gewaltopfer und Gewalttäter zeigen, haben einen besonders hohen Nachrichtenwert. Dabei gibt es eine spezifische Opfer- und Täter-Ikonografie. Treten noch die Faktoren Prominenz und Aktualität hinzu, dann sind die Bilder für die Redaktionen beinahe unwiderstehlich.“²²³ Gerade hierin lauert ein großes Risiko, weshalb Redakteuren laut Müller zusätzliche Kompetenzen abverlangt werden:

Die Redaktionen müssen verstärkt nicht nur auf die Text-, sondern auch auf die Bildkompetenz ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter achten. Bildkompetenz bedeutet, die Logik der Bilder zu verstehen, die sich diametral von der Logik der Texte unterscheidet. Die Textlogik ist argumentativ, die Bildlogik ist assoziativ. Wenn Stories über Bilder aufgezogen werden, muss die Eigendynamik der visuellen Kommunikation bedacht werden. Denn Bilder können nicht argumentativ entkräftet, sie können nur assoziativ widerlegt werden.²²⁴

Deshalb ist bei der Auswahl von Bildern stets doppelte Vorsicht geboten: Einmal im Umlauf können sie schnell eine gewisse Eigendynamik entwickeln, die sich nur schwer wieder bremsen oder gar rückgängig machen lässt. Bei fälschlicherweise publizierten, nicht authentischen Bildern ist also anzunehmen, dass auch eine nachträgliche Richtigstellung den bereits angerichteten Schaden nicht relativieren kann, da die Macht des Bildes stärker ist als jene Worte, die es möglicherweise nachträglich zu entkräften versuchen. Müller rät den Redaktionen beim Einsatz von Bildern deshalb Folgendes:

- *Originalfotografien und Kontextwissen des Fotografen einsetzen:* Standbilder von Filmmaterial sind ebenso bedenkliche Bildquellen wie Reprografien. Nicht nur die möglicherweise problematische Urheberrechtslage, auch die Unmöglichkeit, sich des Kontextwissens der Bildproduzenten – Kameralleute und Fotografen – zu vergewissern, mahnen hier zur Zurückhaltung und zu weiterer Recherche.
- *Möglichst weiter Bildausschnitt:* Pressefotografien sind politische Quellen, auf denen jedes abgebildete Detail eine Interpretationshilfe für die Betrachter darstellt. Auf

²²³ Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 91.

²²⁴ Ebda.

nachträgliche Beschneidung der Bildränder, etwa zur Steigerung der Dramatik, sollte zugunsten der Authentizität der Aufnahme verzichtet werden.

- *Vermeidung linearer Erzählstrukturen*: die willkürliche Aneinanderreihung einer Auswahl von Bildausschnitten zu einer authentisch wirkenden Bildgeschichte konstruiert eine Zwangsläufigkeit der Ereignisse und simuliert eine Augenzeugenschaft, die nur in Ausnahmefällen gerechtfertigt erscheint.
- *Re-Framing*²²⁵ *historischer Bilder*: Fotografien, die aus ihrem historischen Kontext gerissen und in die Gegenwart gestellt werden, sollten durch eine spezielle Rahmung als historisches Bildmaterial kenntlich gemacht und so von den Bildern der Gegenwart auch optisch abgesetzt werden, um auf die zeitliche Differenz hinzuweisen.²²⁶
- *Ambivalente Motive differenziert visualisieren*: Ereignisse oder Personen, die nicht eindeutig zu beurteilen sind, sollten auch ambivalent im Bild dargestellt werden, um so den Betrachtern die Möglichkeit der Abwägung unterschiedlicher Eindrücke zu belassen. Visuelle Gestaltung bietet sich für diese differenzierende Darstellungsweise in besonderem Maße an, da assoziativ generierte Ambivalenzen und Gegensätze nicht so krass wahrgenommen werden, wie schriftlich oder verbal geäußerte. Im Text muss ein Mensch als Täter oder Opfer bezeichnet werden. Im Bild ist die visuelle Gegenüberstellung derselben Person als Täter und Opfer denkbar.²²⁷

²²⁵ Die wohl bekannteste Definition des „Framing“ stammt von Entman: „To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.“ (Entman, Robert M.: Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: Journal of Communication, Bd. 43, Nr. 4, 1993, S. 51-58, hier, S. 52) Laut Entman erfüllen Frames zwei wichtige Funktionen: „Framing essentially involves *selection* and *salience*.“ (Ebda, S. 52) *Salience* bedeutet wiederum „...making a piece of information more noticeable, meaningful, or memorable to audiences.“ (Ebda, S. 53) Mit anderen Worten: „Frames highlight some bits of information about an item that is the subject of a communication, thereby elevating them in salience.“ (Ebda, S. 53) Es geht beim „Framing“ also um die Selektion und Hervorhebung ganz bestimmter Inhalte. Mit Dahinden können „Frames“ vereinfacht als *Deutungsmuster* definiert werden, die zwei zentrale Funktionen aufweisen: Dies ist erstens die Selektion von wahrgenommenen Realitätsaspekten und zweitens die Strukturierung von Kommunikationstexten über diese Wirklichkeit (vgl. Dahinden: Framing, S. 14). Dabei zeichnen sich „Frames“ durch folgende Charakteristika aus: 1. Problemdefinition, 2. Ursachenzuschreibung, 3. Bewertung des Problems und 4. Handlungsempfehlung (vgl. Dahinden: Framing, S. 14). „Frames“ können laut Matthes und Kohring an vier unterschiedlichen Punkten des Kommunikationsprozesses lokalisiert werden, als *Kommunikatoren-Frame* (z.B. strategisches Framing politischer Akteure), als *journalistische Frames* (persönliche Frames von Redakteuren, die bei der Auswahl von Nachrichten eine Rolle spielen), *Medien-Frames* (das meint die „Story-Line“, die Ereignissen Bedeutung verleiht) und zuletzt als *Rezipienten-Frame* im Sinne mentaler Strukturen bzw. Schemata, die die Interpretation von Inhalten steuern (vgl. Matthes, Jörg/Kohring, Matthias: In: Medien und Kommunikation, 52. Jg., Nr. 1, 2004, S. 56-75, hier S. 56-57). Demnach sind diese Deutungsmuster, die bei der Auswahl und Interpretation von Bildern eine Rolle spielen, also sowohl in einem medialen und persönlichen als auch gesellschaftspolitischen und historischen Kontext zu sehen. Eben dies fordert Müller bei der Bildselektion im Rahmen des *Re-Framing* zu berücksichtigen, wenn es sich um älteres Bildmaterial handelt.

²²⁶ Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 92.

²²⁷ Ebda.

Die Bildauswahl verlangt also auch bei den Redakteuren eine gesteigerte Bildkompetenz. Doch gerade die beiden ersten Punkte scheinen, wenn es sich bei dem Fotografen um einen Amateur handelt und die Herkunft und Entstehungshintergründe des Fotos möglicherweise nicht zu einhundert Prozent geklärt werden können, Konfliktpotenzial zu bergen. Denn woher weiß der Bildredakteur, dass das digitale Bild nicht beschnitten wurde und es sich dabei um das unbearbeitete Original handelt? Doch dazu an späterer Stelle mehr.²²⁸ Nun gilt das Augenmerk zunächst jenen Bildern, die für die mediale Berichterstattung tatsächlich ausgewählt wurden.

²²⁸ Vgl. dazu insbesondere Kapitel 7 der vorliegenden Magisterarbeit.

6. Das Bild als mediales Gestaltungsmittel

„Die Bedeutung des Bildes als journalistisches Mittel der Information und Gestaltung wächst noch immer; Zeitungen und Zeitschriften verwenden mehr und bessere Fotos“,²²⁹ heißt es im Vorwort eines Handbuchs zu Ausbildung und Praxis im Bildjournalismus. „Noch nie wurden so viele Bilder gedruckt, noch nie so viel Platz für die visuelle Berichterstattung eingeräumt“²³⁰, konstatiert auch Grittmann in ihren Ausführungen. Fakt ist: „Heute werden mehr Fotos in Zeitungen und Zeitschriften verwendet als je zuvor.“²³¹ Allerdings haben sich laut Evers die funktionalen Schwerpunkte des Pressebildes verschoben: Sie sollen Neuigkeiten übermitteln, weshalb die Nachricht im Bild erkennbar sein müsse. Daneben können sie als Beleg für die Richtigkeit einer Information dienen. Fernen können sie auch schlichtweg den Zweck verfolgen, den Leser zu unterhalten.²³²

Im Journalismus spielt das Zusammenspiel von Text und Bild als Informationsträger eine entscheidende Rolle. Während man über die Rezeption und Wirkung von Texten sowie über Syntax, Semantik und Pragmatik recht klare Auskünfte geben kann, ist das Wissen über die Verarbeitung und Erinnerung von Bildern durch den menschlichen Sinnesapparat im Vergleich dazu aber recht dürftig. Anders als Texte folgen Bilder einer assoziativen Logik, wie Knieper bemerkt. So erkennt ein Bildbetrachter die Künstlichkeit von Bildern oftmals nicht und die Grenze zwischen Abbildung und Bildquelle bleibt unscharf. Dies führe dazu, dass die Illusion einer intuitiv erfassbaren und unmittelbar verfügbaren Information entstehe.²³³ Auch die Interpretation von Bildern verläuft anders als bei Texten, da Erstgenannte oftmals nicht nur eine Auslegung zulassen und sich somit nicht immer eindeutig erschließen: „Ohne textliche Kontextualisierung

²²⁹ Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Aus dem Vorwort zur ersten Auflage. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 9-10, hier S. 9.

²³⁰ Grittmann, Elke: Die Konstruktion von Authentizität. Was ist echt an den Pressefotos im Informationsjournalismus? In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: 2003, S. 123-149, hier S. 131.

²³¹ Evers, Karl Heinz: Das unentbehrliche Pressefoto. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 118-119, hier S. 118.

²³² Vgl. ebda, S. 118-119.

²³³ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 83.

bleiben Bilder [...] meist vieldeutig. Bilder sind im Vergleich zu sprachlichen Ausdrücken weit weniger konventionalisiert. Sie sind geprägt durch Ambiguität. Bei der Bildkommunikation steht einer hohen semantischen Fülle eine mangelnde Dekodierfähigkeit des Publikums gegenüber.²³⁴ Nicht zuletzt aus diesen Gründen stellt das Bild gerade den Journalismus immer wieder aufs Neue vor große Herausforderungen.²³⁵ Es scheint also legitim zu sein, danach zu fragen, welche Bilder für den Bildjournalismus relevant sind, durch welche Charakteristika sich diese medial verwendeten Bilder auszeichnen und welche Funktionen sie in der Berichterstattung einnehmen.

6.1 Funktionen von Medienbildern

Bilder können in der heutigen Medienlandschaft zahlreiche Funktionen einnehmen: „Sie dokumentieren, symbolisieren, kommunizieren, dekorieren; sie interpretieren aber auch, veranschaulichen, organisieren.“²³⁶ Wie bereits gezeigt werden konnte, hat das journalistische Bild seinen rein illustrativen Status aber mittlerweile abgestreift und hat selbst einen Nachrichtenwert erhalten.²³⁷ Bilder dienen außerdem als eine Art Kommentar oder zur Veranschaulichung eines beschriebenen Sachverhalt: „Sie können Ereignisse kommentieren oder sie erst transparent machen. Schließlich können Pressefotografien auch emotionale Reaktionen auslösen“,²³⁸ wie Grittmann festhält. Dies liegt vor allem an der vor-sprachlichen und unmittelbaren Wirkung von Bildern, wie bereits angesprochen wurde.²³⁹ Hauptsächlich dienen Pressebilder allerdings genauso wie das geschriebene Wort der Informationsvermittlung, da die Informationsfunktion auch für den Bildjournalismus im Vordergrund steht: „Neben der investigativ-gesellschaftskritischen und der aufklärerischen Funktion steht vor allem die Informationsfunktion der Bildberichterstattung im Vordergrund“,²⁴⁰ so Müller. Falsch verwen-

²³⁴ Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 83.

²³⁵ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 83.

²³⁶ Rossig: Fotojournalismus, S. 15.

²³⁷ Vgl. dazu insbesondere Kapitel 5.2 und 5.3 der vorliegenden Masterarbeit.

²³⁸ Vgl. Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 92.

²³⁹ Vgl. zur Macht und vor-sprachlichen Wirkung von Bildern insbesondere Kapitel 2.2 und 2.3 der vorliegenden Masterarbeit.

²⁴⁰ Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 95. Zu den allgemeinen Funktionen der Massenmedien vgl. auch Kapitel 9.1 der vorliegenden Masterarbeit.

det, können Bilder statt zu informieren allerdings auch gegenteilige Effekte haben: „Pressebilder können informieren oder [...] desinformieren.“²⁴¹

Um journalistische Bilder massenmedial verbreiten zu können, werden sie in ein Trägermedium eingebunden. Aus diesem Grund können sie auch als „Medienbilder“ bezeichnet werden.²⁴² Diese weisen folgende Eigenschaften auf:

Sie zeichnen sich zunächst durch ihre mediale Verbreitung aus, die insbesondere durch Selektion, Reproduktion und Distribution charakterisiert ist. Medienbilder sind dabei nicht isoliert, sondern in ein intra- als auch intermediales Umfeld eingebettet und damit kontextualisiert. Innerhalb eines Mediums geben die bildbegleitenden Kontexte (etwa Textberichterstattung, Aufmachung, Platzierung, politische Ausrichtung des Mediums, Image des Mediums, Name des Bildproduzenten, [...] etc.) Interpretationsmuster für die Bildwahrnehmung vor.²⁴³

Gerade die Textberichterstattung erlangt hier eine zentrale Bedeutung. Dabei handelt es sich aber nicht um ein einseitiges, sondern wechselseitiges Verhältnis, weil Bild und Text jeweils unterschiedliche Interpretationsrahmen liefern. In diesem Zusammenhang spricht Knieper von der „interpretativen Funktion“ von Medienbildern.²⁴⁴ „Text und Bild stehen somit in einem symbiotischen Verhältnis, in dem sich Les- und Betrachtungsarten wechselseitig bedienen“²⁴⁵, wie er betont. Daneben können Medienbildern zahlreiche weitere Funktionen zugesprochen werden:

Medienbilder besitzen ferner zumindest eine darstellende (Veranschaulichung), wissensgenerierende (Bereitstellen von Information), erklärende (Rekonstruktion, Instruktion etc.), dekorative (Schmuck- oder Designelement), organisierende (Strukturierung von Zusammenhängen, Zeitabläufen etc.), authentisierende (Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit), dokumentarische (Zeitzeugnis), emotive (Erregung, Anteilnahme, Empathie etc.) kommentierende (Stellungnahme, Kritik und Kontrolle etc.) unterhaltende (Rekreation, Erholung) oder aktivierende (Assoziationen, Herstellen von Beziehungen etc.) Funktion.²⁴⁶

²⁴¹ Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 95.

²⁴² Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 84.

²⁴³ Ebda.

²⁴⁴ Vgl. ebda.

²⁴⁵ Ebda.

²⁴⁶ Ebda.

Zuletzt nennt Knieper noch eine *ökonomische Funktion* von Medienbildern, weil aus wirtschaftlicher Perspektive gerade Medienbilder dazu beitragen, ihr Trägermedium an den Mann oder die Frau zu bringen – d.h. zum Kauf zu animieren oder zumindest zu einer möglichst breiten Rezeption zu verleiten. Faktoren, die hierbei eine Rolle spielen, sind neben der Exklusivität und Originalität beispielsweise auch die technische Qualität von Bildern, was Knieper unter dem Oberbegriff *Ausdrucksstärke* zusammenfasst. Diese kann etwa durch normabweichende Bildkomposition oder ungewöhnliche Bildausschnitte nochmals intensiviert werden.²⁴⁷

6.2 Dysfunktionale Medienbilder

Medienbilder können neben funktionalen aber auch dysfunktionale Eigenschaften besitzen. Die einfachste Form tritt dann auf, wenn ein Bild vom jeweiligen Betrachter für die Wirklichkeit gehalten wird. Ein Bild ist aber niemals ein isomorphes Abbild der Realität – schon allein deshalb, weil bei einer Fotografie die dreidimensionale Welt auf eine zweidimensionale Ebene projiziert wird. Zudem muss der Bildproduzent stets auch informationsreduzierende oder -verändernde Entscheidungen treffen – ähnlich wie bei der Auswahl von Ereignissen für die Berichterstattung.²⁴⁸

Ein Fotograf muss sich immer für Ort (Nähe oder Ferne zum Ereignis), Zeit (vorher vs. simultan vs. nachher) und Ausschnitt des Geschehens (Einbeziehung vs. Ausklammerung) entscheiden. Er muss wählen, ob er offen (Problematik des abweichenden Verhaltens) oder verdeckt (natürliches Verhalten) fotografieren will.²⁴⁹

Zudem müssen bei der Bildproduktion eine Reihe von technischen Entscheidungen getroffen werden, wie etwa die Wahl der Kamera, des Objektivs und des Speichermediums, zudem die Kameraperspektive für die Aufnahme sowie der Abstand zum Objekt, Verschlusszeit, Blende, Tiefenschärfe und andere Effekte.²⁵⁰ Knieper macht in diesem Kontext auf einen entscheidenden Punkt aufmerksam: „In gewisser Weise ist Bilderstellung daher immer von Interpretation, Selektion und Reduktion geprägt. Betrachter von Fotografien sollten sich daher immer wieder deren symbolischen Status

²⁴⁷ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 84.

²⁴⁸ Vgl. ebda, S. 85.

²⁴⁹ Ebda.

²⁵⁰ Vgl. ebda.

vor Augen führen.“²⁵¹ Um zu verstehen, was dies genau bedeutet, sollte man sich die an der Bildproduktion beteiligten Zusammenhänge ins Gedächtnis rufen:

Die Bildproduktion ist dabei nur eine Stufe im medialen Prozess. Ihr voraus kann etwa eine planerische oder inszenatorische Strategie gegangen sein. Der Bildaufnahme nachgeschaltet sind zumindest Bearbeitungs-, Selektions-, Distributions- und Rezeptionskontext. Auf jeder dieser Ebenen sind Akteure beteiligt, die sich mit Entscheidungen und möglichen Wirkabsichten einbringen.²⁵²

Hinter jeder Aufnahme kann also auch eine ganz bewusste Inszenierung stehen. Durch Bearbeitungs- und Selektionsmechanismen im medialen Prozess kann eine Aufnahme dann noch weiter aus dem ursprünglichen Kontext herausgelöst werden, auch wenn dies möglicherweise nicht beabsichtigt, sondern nur unbewusst geschieht.

Eine weitere Dysfunktionalität von Medienbildern kann entstehen, wenn ein Bild der Sehkonvention des Betrachters widerspricht bzw. diese nicht ausreichend bedient – beispielsweise wenn in unserem westlichen Kulturkreis eine Karikaturenfolge von rechts nach links erzählt wird. Dies kann durchaus Irritationen hervorrufen und zu Missverstehen führen. Auch Fotos, die mit den Erwartungen oder der Alltagserfahrung der Bildbetrachter brechen, sind problematisch, weil durch die Abweichung die Glaubwürdigkeit bzw. die Authentizitätszuschreibung leidet.²⁵³ Heikel sind Medienbilder auch immer dann, wenn schon hinter ihrer Entstehung oder später bei ihrer Präsentation oder Verteilung ein bewusster Täuschungsvorsatz steht. Derartige Medienbilder werden in der Regel als *Manipulationen* bezeichnet.²⁵⁴ Dies sollte vor allem im Rahmen dieser Magisterarbeit im Hinterkopf behalten werden.

Bei manipulierten Medienbildern lassen sich nach Knieper vier Hauptgruppen unterscheiden²⁵⁵, die im Folgenden näher beleuchtet werden: Diese sind erstens so genannte Eingriffe in die Umwelt, zweitens irreführende Kontextualisierung, drittens die Erzeugung virtueller Welten und viertens die Bildveränderung.

²⁵¹ Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 85-86.

²⁵² Ebda, S. 86.

²⁵³ Vgl. ebda.

²⁵⁴ Vgl. ebda.

²⁵⁵ Vgl. ebda, S. 86-90.

6.2.1 Eingriffe in die Umwelt

Von Eingriffen in die Umwelt spricht man bei *Rekonstruktionen oder Inszenierungen* von Bildmaterial. Dabei kann es sich zum Beispiel um ein strategisches oder planerisches Umfeld im Vorfeld des eigentlichen Ereignisses handeln.²⁵⁶ „Als Inszenierung auf Akteurseite bzw. vormediale Inszenierung kann man daher jegliches Bestreben begreifen, sich selbst, seine Ideen oder bestimmte Ereignisse für die Medien und damit die mediale Öffentlichkeit in Szene zu setzen.“²⁵⁷ Ein einfaches Beispiel hierfür sind Pressekonferenzen, die im Vorfeld eingehend von Pressesprechern bzw. PR-Agenturen geplant werden. Gegen einen solchen Planungskontext ist dann nichts einzuwenden, wenn er einer medialen Bringschuld dient. Anders jedoch, wenn dieser der Öffentlichkeit nur suggeriert wird, um über tatsächliche Intentionen hinwegzutäuschen oder Interessen Einzelner zu bedienen. In solchen Fällen spricht man von „Pseudoereignissen“.²⁵⁸ Ein Beispiel dafür ist nachfolgendes Bild, das eine Pressekonferenz mit Wladimir Putin zeigt, der sich den Fragen eines Großaufgebots an Journalisten stellt:



Abbildung 5: Pseudoereignis (Foto: apa/epa/riova novosti)²⁵⁹

Für die Bereiche der dokumentarischen Fotografie bzw. des Dokumentarfilms sind ferner äußere Eingriffe in das Ereignisgeschehen problematisch, da sie Abläufe und Handlungen evozieren können, die im tatsächlichen Ereigniszusammenhang – d.h. ohne

²⁵⁶ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 86.

²⁵⁷ Ebda.

²⁵⁸ Vgl. ebda, S. 86-87.

²⁵⁹ o.A.: Putin: Wirtschaftskrise in Russland könnte zwei Jahre andauern. Online unter: <http://derstandard.at/2000009521068/Putin-stellt-sich-Fragen-der-Medien> (31.1.2015).

Kameras und ohne Journalisten – nicht stattgefunden hätten. Ähnlich wie bei Rekonstruktionen, wird hier in Wahrheit ein nicht vorhandener Authentizitätsanspruch vorgetäuscht. Fragwürdig wird dies spätestens dann, wenn sich die Rezipienten nicht über die Dramatisierung bewusst sind und die Vorlage, die angeblich rekonstruiert wird, nur mehr der Fantasie entsprungen ist.²⁶⁰

6.2.2 Irreführende Kontextualisierung – Verhältnis von Bild und Text

Bild und Text weisen eine besondere Verknüpfung auf. Grundsätzlich gilt für Bildunterschriften: „Sie sollen das Bild ergänzen, nicht verdoppeln.“²⁶¹ Verfasser der Bildunterschriften sind in der Regel die Redaktionen, doch beruhen sie auf den Informationen, die der Fotograf mit dem jeweiligen Bild mitliefert. Aus diesem Grund sollten sich Bildjournalisten der Anforderungen an das Verfassen von Bildunterschriften bewusst sein, wie Sachsse konstatiert.²⁶² Denn: „Die Formulierung einer Bildunterschrift bestimmt sehr weitgehend, was spätere Bildbetrachter auf dem Bild zu erkennen vermögen.“²⁶³

Gerade diese enge Verknüpfung von Text und Bild scheint in ganz besonderem Maße Manipulationspotenzial zu beinhalten. Im Vergleich zu den anderen Formen der Bildmanipulation mutet jene über Bildunterschriften für Forster sogar als die bedenklichste an, weil die Beschriftung am Gesamteindruck des Bildes kaum etwas verändere und sie deshalb in der Regel kaum hinterfragt werde. Dennoch gebe die Bildunterschrift den Interpretationsrahmen für das jeweilige Bild vor, weshalb sich diese exzellent dafür eigne, einen unrichtigen Eindruck zu erwecken, der dann im Zusammenhang mit dem Bild im Gedächtnis bleibe.²⁶⁴ Eine vorsätzliche Täuschung manifestiert sich in diesem Zusammenhang immer dann, wenn Bilder mit purer Absicht falsch kontextualisiert werden. Bei der *irreführenden Kontextualisierung* existieren unterschiedliche Formen: die falsche, suggestive oder doppeldeutige Bildbeschriftung.²⁶⁵

²⁶⁰ Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 87.

²⁶¹ Sachsse: Bildjournalismus heute, S. 103.

²⁶² Vgl. ebda.

²⁶³ Ebda.

²⁶⁴ Vgl. Forster, Klaus: Rezeption von Bildmanipulation. In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: 2003, S. 66-101, hier S. 96.

²⁶⁵ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 87-88.

6.2.2.1 Falsche oder suggestive Bildunterschrift bzw. -erklärung

Die erste Variante *irreführender Kontextualisierung* ist die *problematische Bilderklärung oder Bildunterschrift*, die entweder schlichtweg falsch, hochgradig suggestiv oder vieldeutig sein kann. Eine zweite Variante sind *mehrdeutige Erklärungen*, die ganz bewusst Verunsicherung bei der Bildinterpretation verursachen wollen und damit gezielt von adäquaten Auslegungen eines Bildinhalts ablenken.²⁶⁶ Das folgende Bild aus Wien wurde mit dem Text „On the way to the media center. The street is not quite ready yet. #SochiProblems" *getwittert*. Obwohl die Bildunterschrift satirisch gemeint war, wurde das Foto für eine Aufnahme aus Sotschi gehalten:



Abbildung 6: Suggestive Bildunterschrift (Foto: Simon Rosner)²⁶⁷

Freilich handelt es sich hier um ein eher harmloses Beispiel – doch weist Büllesbach in seinen Ausführungen auf die potenziellen Manipulationsmöglichkeiten durch die Kombination von Text und Bild hin. Obwohl das Bild hierbei zwar nicht selbst verändert wird, ist diese Manipulationsart bedenklich, weil bei digitalen Fotografien keine klare Trennung zwischen Text- und Bilddatei möglich sei.²⁶⁸ An dieser Stelle weist Büllesbach auf den *International-Press-Telecommunications-Council-Standard* hin, der die Be-

²⁶⁶ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 87-88.

²⁶⁷ Vgl. Rosner, Simon: Als CNN ein Foto aus Sotschi von mir wollte. Wie ein satirischer Twitter-Beitrag durchs Netz jagte. Online unter: http://www.wienerzeitung.at/meinungen/kommentare/606499_Als-CNN-ein-Foto-aus-Sotschi-von-mir-wollte.html (28. 2.2014).

²⁶⁸ Vgl. Büllesbach, Alfred: Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln: 2008, S. 108-136, hier S. 115.

schriftung von Bildern systematisiert und standardisiert.²⁶⁹ Er wurde in Zusammenarbeit des *International Press Telecommunications Council* (IPTC) und der *Newspaper Association of America* (NAA) ins Leben gerufen. Mithilfe des Standards werden sowohl die Bildbeschreibung als auch die Angabe des Urheberrechts und die Verschlagwortung eines Bildes geregelt.²⁷⁰ Laut Büllesbach komme dieser Standard auch im Amateurbereich zur Anwendung – vor allem, weil digitale Fotos heute oftmals nur in Bilddatenbanken vorliegen und Informationen über sie nicht über persönlichen Kontakt ausgetauscht werden, sondern die Bilder in den jeweiligen Suchmaschinen einzig und allein über Texteingabe gesucht werden. Somit hängt es allein von den Angaben im Bildtext, den Aufnahmedaten sowie der Verschlagwortung des Bildes ab, ob es gefunden wird oder nicht.²⁷¹ Was bei dieser Debatte bisher allerdings gänzlich außen vor zu bleiben scheint, ist die Frage, ob und auf welche Weise Amateuraufnahmen – sofern sie in den Fotografien-Pool aufgenommen bzw. von Redaktionen veröffentlicht werden – zum Beispiel in der Bildunterschrift als solche kenntlich gemacht werden. Zumindest scheinen hierfür keine allgemeinen Richtlinien zu existieren, wie dies etwa für digital bearbeitete Fotografien der Fall ist. Dazu an späterer Stelle mehr.²⁷²

6.2.2.2 Symbolbilder, Ersatz- und Behelfsillustrationen

Ersatz- oder Behelfsillustrationen fallen ebenfalls in die Sparte irreführender Kontextualisierung. Sie zeigen das gleiche Motiv bei anderer Gelegenheit oder ein anderes Motiv bei derselben Gelegenheit – z.B. wenn von einem Politiker bei einem bestimmten Geschehen kein Bild verfügbar ist und stattdessen ein Foto der Person von einem anderen Ereignis abgebildet wird. Unproblematisch erscheinen solche Ersatzbilder dann, wenn dieses Vorgehen offen gelegt wird. Ansonsten muss man von einer bewussten Täuschung sprechen.²⁷³ In diesem Zusammenhang spricht man auch von Symbolbildern. Der Begriff „Symbol“ darf aber nicht missverstanden werden. Während Bilder stets Symbole erzeugen, ist hier eine gängige Verfahrensweise innerhalb von Redakti-

²⁶⁹ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 115.

²⁷⁰ Vgl. Schumann, Thomas: IPTC NAA Standard. In: Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (Hrsg.): Der Bildermarkt. Handbuch der Bildagenturen 2006. Berlin: 2006, S. 123-125.

²⁷¹ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 115-116.

²⁷² Vgl. dazu Kapitel 9.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

²⁷³ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 88.

onen gemeint: Wenn ein Thema zu bebildern ist, aber keine aktuelle Aufnahme dazu existiert, greift man auf ein altes Bild aus dem Archiv zurück, das eine typische Situation darstellt und somit *symbolisiert* – beispielsweise wenn ein Muttertagsfeature illustriert werden soll und auf ein Archivbild zurückgegriffen wird, auf dem ein Kind seiner Mutter Blumen überreicht.²⁷⁴ In der journalistischen Praxis spreche an sich nichts gegen dieses Verfahren, solange Nachvollziehbarkeit für das Lesepublikum gegeben ist:

Gegen die nicht-dokumentarische Illustration [...] ist nichts einzuwenden, wenn sie für den Leser transparent gemacht wird. In der Regel löst eine eindeutige Bildunterschrift das Problem. Auf keinen Fall darf der Eindruck erweckt werden, die abgebildeten Personen seien etwa mit denen im Text befragten oder vorgestellten identisch. Im Vordergrund muss die Wahrhaftigkeit des Dargestellten stehen.²⁷⁵

Wenn diese Transparenz allerdings nicht gewahrt wird und das Bild als scheinbar dokumentarisches Foto verwendet wird, muss von Fahrlässigkeit oder gar vorsätzlicher Irreführung des Lesers ausgegangen werden. Genau das werde laut Sachsse gemeint, wenn man im Bildjournalismus vom „Symbolischen Bild“ spreche.²⁷⁶ Ein Beispiel wäre die Verwendung eines solchen Bildes wie das Folgenden, wenn es um das Thema islamische Migrantinnen bzw. die so genannte „Kopftuchdebatte“ geht:



Abbildung 7: Symbolbild (Foto: picture-alliance/dpa)²⁷⁷

²⁷⁴ Vgl. Sachsse: Bildjournalismus heute, S. 94.

²⁷⁵ Ebda.

²⁷⁶ Vgl. ebda, S. 95.

²⁷⁷ Vgl. Dick, Wolfgang: Dauerthema Kopftuch. Online unter: <http://www.dw.de/dauerthema-kopftuch/a-17950401> (31.1.2015).

6.2.3 Erzeugung virtueller Welten

Eine weitere Kategorie der Bildmanipulation ist die Erzeugung virtueller Welten, die Knieper folgendermaßen erklärt: „Unter der Erzeugung virtueller Welten werden sowohl die Verschmelzung realer Welten mit virtuellen Elementen (etwa Nachrichtenstudio mit virtuellen Elementen oder Nachrichtensprecher im virtuellen Studio) als auch die Generierung selbstständiger virtueller Welten (etwa bei vollständig computergenerierten Filmen) verstanden.“²⁷⁸ Im Kontext journalistischer Berichterstattung, schreibt Knieper weiter, „sind Virtualisierungen immer problematisch, wenn deren Einsatz den Authentizitätsanspruch der Nachrichten bzw. Beiträge konterkariert.“²⁷⁹ Anzumerken ist aber, dass der Einsatz von Computereffekten oder Spezialeffekten nicht zwangsläufig eine Täuschungs- oder Manipulationsabsicht einschließt. So können computerbasierte Infografiken beispielsweise als sinnvolle Faktenvermittler dienen.²⁸⁰ Anders sieht es aber im folgenden Fall aus: „Will jedoch ein Bildurheber oder Bild-distributor durch interpretative oder dramatisierende Rekonstruktion die Aura der Authentizität vermitteln, handelt es sich um eine Verzerrung der Richtung der gewünschten Interpretationsweise und damit um eine Täuschungsabsicht.“²⁸¹



Abbildung 8: Virtuelle Welten (Foto: Armin Wolf)²⁸²

²⁷⁸ Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 89.

²⁷⁹ Ebda.

²⁸⁰ Vgl. ebda.

²⁸¹ Ebda, S. 90.

²⁸² Vgl. ebda.

Als Beispiel einer virtuellen Welt sei an dieser Stelle das Studio des ZDF genannt, das im obigen Bild zu sehen ist. Armin Wolf *twitterte* dieses Foto mit dem Tweed „Und hier sieht man, warum das virtuelle Studio beim ZDF ‘grüne Hölle’ heißt.“²⁸³ Im Kontext der vorliegenden Masterarbeit ist die Erzeugung virtueller Welten allerdings von geringer Relevanz. Viel bedeutsamer erscheinen Veränderungen am digitalen Bild, die im Folgenden beschrieben werden.

6.2.4 Veränderungen am Bild

Eine weitere Kategorie der Manipulation besteht in der konkreten Bildveränderung. Im medialen Kontext gibt es hier einerseits unproblematische Formen wie etwa „Korrekturen“ im Bereich der Bildhelligkeit oder des Kontrasts, der Farbsättigung oder des Farbtons. Diese Eingriffe können mit der Optimierung des Bildinhalts argumentiert werden, allerdings lässt sich mit Knieper auch bereits über die Legitimität solcher Änderungen streiten.²⁸⁴ Rossig bezeichnet Eingriffe, bei denen es ausschließlich um die technische Bildqualität geht – wie etwa das Nachschärfen, Abwedeln unterbelichteter Partien oder auch das nachträgliche Entfernen von Staub und Kratzern – als unbedenklich und vertretbar. Alles, was früher im Labor ohne Schere ging, sei auch in der „digitalen Dunkelkammer“ erlaubt – doch die Grenze zur inhaltlichen Manipulation sei oftmals fließend und nur allzu schnell überschritten.²⁸⁵

Größere Eingriffe in den Bildinhalt – wie etwa das Löschen oder Ausklammern von Bildelementen – werden auch von Knieper in jedem Fall verurteilt. Während das Entfernen von Kratzern oder Fusseln im Bild noch ästhetisch begründbar ist, lässt sich das Retuschieren oder Wegschneiden bildrelevanter Inhalte keinesfalls mehr argumentieren. Inakzeptabel erscheint es auch, wenn Bildelemente neu arrangiert werden, sei es aus einer einzelnen als auch aus mehreren Bildvorlagen. Dies wird dann als *Fotocomposing* oder *Fotomontage* bezeichnet.²⁸⁶ Rossig nennt beispielsweise das Wegretuschieren eines ungewünschten Elements im Bildhintergrund, das Austauschen geschlossener

²⁸³ Vgl. Wolf, Armin: Und hier sieht man, warum das virtuelle Studio beim ZDF „grüne Hölle“ heißt. Online unter: <https://twitter.com/ArminWolf/status/466613007452504064> (31.1.2015).

²⁸⁴ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 88.

²⁸⁵ Vgl. Rossig: Fotojournalismus, S. 174.

²⁸⁶ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 88-89.

Augen gegen ein geöffnetes Paar, das nachträgliche Reinretuschieren eines Bildelements oder sogar das Verschieben der ägyptischen Pyramiden.²⁸⁷

Sachsse betont in diesem Zusammenhang, dass man bei dem Wort „Montage“ allerdings nicht sofort an „große“ Fotomontagen denken müsse, sondern dass es sich hier auch um kleine Veränderungen am Bild handeln kann.²⁸⁸ So oder so sei hier vor allem die Transparenz für das Publikum entscheidend: „Mit der Montage ist es wie mit der Retusche: Man sollte sie beim Verkauf der Bilder offen legen.“²⁸⁹ Fotomontagen werden oftmals aber erst durch dritte aufgedeckt. Wie beispielsweise die nachfolgende Fälschung, die in diesem Fall von einem Medium selbst im Kontext des Syrienkrieges vorgenommen wurde. Dabei wurde ein flüchtendes Paar mit Baby (Originalbild rechts) via Photoshop in eine der komplett zerstörten Häuserschluchten der Stadt Aleppo zu einem Bild zusammenmontiert (Fälschung links), um offenbar einen dramatischeren Hintergrund zu erhalten.²⁹⁰



Abbildung 9: Fotomontage (Foto: Kronen Zeitung; Originalfoto: APA)²⁹¹

Zudem gilt es zu beachten, zu welchem Zweck die Bildmanipulation durchgeführt wird. Neben der Vergrößerung der Bildästhetik geschieht dies nämlich häufig zur Steigerung

²⁸⁷ Vgl. Rossig: Fotojournalismus, S. 174-175.

²⁸⁸ Vgl. Sachsse: Bildjournalismus heute, S. 94.

²⁸⁹ Ebda.

²⁹⁰ Vgl. o.A.: Fotomontage über Syrien-Krieg in der Kronenzeitung. Online unter: <http://www.nachrichten.at/nachrichten/kultur/Fotomontage-ueber-Syrien-Krieg-in-der-Kronen-Zeitung;art16,937004> (31.1.2015).

²⁹¹ Vgl. ebda.

der Dramatik oder auch aus Gründen der Geschichtsfälschung.²⁹² So oder so verlässt der Bildredakteur den Pfad der Objektivität und Authentizität. Und in jedem Fall gilt es jene grundlegende journalistische Richtlinie zu berücksichtigen, die besagt, dass Manipulationen am Bild nicht sinnentstellend sein dürfen, wie Rossig herausstreicht.²⁹³

Doch auch, wenn ein bearbeitetes Bild diesem Anspruch im Grunde immer noch genügt und egal, wie Redaktionen jedwede nachträgliche Manipulation am Bild begründen: Für Rossig bleibt am Ende des Tages presseethisch gesehen ein fahler Beigeschmack zurück, da er hier nicht weniger als die Glaubwürdigkeit des Mediums in Gefahr sieht. Zudem sinke auch zunehmend die Hemmschwelle zur nachträglichen Verfremdung von Fotografien.²⁹⁴ Was Rossig in diesem Zusammenhang allerdings unerwähnt lässt, ist die Tatsache, dass die Bearbeitung digitaler Bilder mittlerweile keine allzu umfangreichen Kenntnisse in der Bildbearbeitung verlangt und mit einfachster Software auch jedem Laien möglich ist. Zusammen mit dem Umstand, dass auch immer mehr Amateuraufnahmen in die mediale Berichterstattung drängen, ergibt sich hier scheinbar ein ganz neues Problem: Nämlich jenes, dass eine Manipulation ohne das Wissen um professionelle Richtlinien und womöglich ohne jegliches Zutun von Bildredakteuren im Hintergrund bereits stattgefunden hat und die Redaktion diesen Fälschungen möglicherweise unwissentlich aufsitzt. Die Digitalisierung und all ihre Begleiterscheinungen spielen hierbei eine entscheidende Rolle, weshalb sich die folgenden Kapitel tiefer gehend mit dieser Thematik auseinandersetzen.

²⁹² Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 89.

²⁹³ Vgl. Rossig: Fotojournalismus, S. 175.

²⁹⁴ Vgl. ebda, S. 175-176.

7. Digitale Bildmanipulation

Der Begriff „Manipulation“ taucht laut Sachsse als moralisches Schlagwort jedweder Pressearbeit auf. Für die Fotografie sei dies ganz besonders wörtlich zu nehmen.²⁹⁵ Und zwar nicht erst mit dem Einzug der Digitalisierung, sondern schon weit früher:

Jeder Eingriff mit der Hand in Objekt oder Bild wird angeprangert. Das Medium Fotografie wurde erfunden, um mit dem Bild aus der Maschine eine wahre Wirklichkeit darstellen zu können – ein folgenschwerer Irrtum. Denn schon die ersten Bilder sind beschnitten inszeniert und überarbeitet worden. Jacques Louis Mandé Daguerre mußte (!) für das erste Abbild eines Menschen bei 20 Minuten Belichtungszeit einen Schuhputzer mit Kunden ebensolang (!) in einer Position verharren lassen; das erste Foto von Lebewesen verdankt sich einem Taschenspieler-Trick.²⁹⁶

Folglich sind Bildmanipulationen also nicht erst mit dem Aufkommen der Digitaltechnik in Erscheinung getreten, sondern von Anfang an Teil der Fotografie gewesen. So wurde beispielsweise das nachfolgende Bild aus dem Kriegsjahr 1917 von Frank Hurley in der Dunkelkammer nachträglich mit Lichteffekten und Gewitterwolken versehen, um der Aufnahme mehr Dramatik zu verleihen.²⁹⁷



Abbildung 10: „Der Morgen nach der ersten Schlacht von Passchendaele“ – 1917 (Foto: Frank Hurley/National Library of Australia)

²⁹⁵ Vgl. Sachsse, Rolf: Berufsethik. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 86-90, hier S. 86. Vgl. dazu auch Sachsse: Bildjournalismus heute, S. 42.

²⁹⁶ Ebda, S. 86.

²⁹⁷ Vgl. Scherfig, Leon: Manipulierte Kriegsfotos. Bilder, die lügen. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/fotos-aus-gaza-krieg-mit-gefaelschten-bildern-a-983689.html> (31.1.2015).

Auch wenn es sich bei der Bildbearbeitung also um kein neuartiges Phänomen handelt, so hat die Digitalisierung den Möglichkeiten der Bildmanipulation zweifelsohne mehr Raum gegeben. Durch die Einfachheit der Bilder hat sie auch ohne Frage wesentlich dazu beigetragen, bewussten Manipulationsversuchen Tür und Tor zu öffnen.

Nach Rubenstein wurden die neuen Möglichkeiten der digitalen Technologie am Anfang größtenteils in die bestehenden Praktiken der Fotografie integriert. Die größte Veränderung war allerdings der Ersatz der analogen Technologie durch die Digitalisierung und die damit assoziierte Bildmanipulation.²⁹⁸ Mitchell lenkt das Augenmerk in diesem Zusammenhang auf die besonderen Produktionsbedingungen von Digitalfotografien und die besonderen Möglichkeiten ihrer Bearbeitung, denn

*digital images [...] have much less standardized production processes than photographs. These processes [...] offer more opportunities for human intervention [...]. And, because they are so easily distributed, copied, transformed, and recombined, they can readily be appropriated (or misappropriated) and put to uses for which they were not originally intended.*²⁹⁹

Digitale Bilder entstehen also nicht nur auf einfacherem Wege, sie können auch leichter verbreitet, bearbeitet, verändert oder in einen anderen Kontext gebracht werden, für den sie ursprünglich nicht vorgesehen waren. Dies bringt zum einen Vorteile, zum anderen aber auch Herausforderungen und Risiken mit sich, die in den folgenden Abschnitten genauer betrachtet werden.

Wie bereits angesprochen, haben sich die Möglichkeiten der nachträglichen Bildmanipulation bzw. -fälschung durch das Voranschreiten der Digitalisierung stark vereinfacht und sind mittlerweile so gut wie unbegrenzt. Möglich ist dies vor allem dadurch, dass das traditionelle Zelluloid vom elektronischen Speichermedium abgelöst wurde. Dies bedeutet eine große Zeitersparnis bei der Übermittlung der Bilder, da sie nun etwa direkt vom Handy an die Redaktionen gesendet werden können. Zudem können digitalisierte Bilder durch computergesteuerte Bildbearbeitungssysteme ohne vorherigen

²⁹⁸ Vgl. Rubenstein, Daniel/Sluis, Katrina: A life more photographic. Mapping the networked image. In: Photographies. Bd. 1, Nr. 1, 2008, S. 9-28, hier S. 11.

²⁹⁹ Mitchell: The Reconfigured Eye, S. 222-223.

Abzug in den Druck gehen.³⁰⁰ Kunde macht hier zusätzliche auf einen wichtigen Aspekt aufmerksam: „Diese neuen Speichermedien der Fotografie sind jederzeit umwandelbar, denn es gibt kein Original, also kein erstes Negativ oder Positiv mehr.“³⁰¹ Wie kann eine Manipulation hier also noch nachgewiesen werden?

7.1 Das Fehlen eines Originals

Im Zeitalter digitaler Fotografie erscheint es grundsätzlich immer schwerer, zwischen dem Original und der Kopie, zwischen dem realen Ding und seinem Abbild zu unterscheiden, wie Sontag festhält.³⁰² Schon Walter Benjamin geht in seiner wohl bekanntesten Arbeit über das Kunstwerk im Zeitalter der mechanischen Reproduzierbarkeit auf das Verhältnis von Original und Kopie ein. Generell kann, wie er festhält, jedes Kunstwerk vervielfältigt werden: *„In principle a work of art has always been reproducible. Manmade artefacts could always be imitated by men. Replicas were made by pupils in practice of their craft, by masters for diffusing their works, and, finally by third parties in the pursuit of gain. Mechanical reproduction of a work of art, however, represents something new.“*³⁰³ Doch ganz gleich, wie perfekt eine Reproduktion auch sein mag, es fehlen ihr laut Benjamin stets das Einzigartige des Originals sowie eine Existenz in Zeit und Raum, was er am Beispiel einer Statue verdeutlicht: Hier hat nur das Original all jene äußerlichen Einflüsse und Geschehnisse tatsächlich miterlebt, wohingegen eine Kopie niemals diese Authentizität gewinnen könne.³⁰⁴ Dies hat sich mit der technischen Reproduzierbarkeit allerdings geändert:

*Confronted with its manual reproduction, which was usually branded as a forgery, the original preserved all its authority; not so vis à vis technical reproduction. The reason is twofold: First, process reproduction is more independent of the original than manual reproduction. [...] Secondly, technical reproduction can put the copy of the original into situations which would be out of reach for the original itself.*³⁰⁵

³⁰⁰ Vgl. Kunde: Geschichte des Fotojournalismus, S. 114-115.

³⁰¹ Ebda, S. 115.

³⁰² Vgl. Sontag: On Photography, S. 179.

³⁰³ Benjamin, Walter: The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction. In: Benjamin, Walter: Illuminations. Essays and Reflections. New York: 1969, S. 217-251, hier S. 218.

³⁰⁴ Vgl. Benjamin: The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction, S. 220.

³⁰⁵ Ebda, S. 220.

Diese Aussage trifft im Zeitalter der digitalen Fotografie wohl wie nie zuvor zu, da Digitalfotos innerhalb weniger Sekunden 1:1 kopiert und über das Internet weltweit verbreitet werden können.

7.2 Einfache Bildbearbeitung oder Manipulation?

Die Unterscheidung zwischen einfacher Bildbearbeitung und Manipulation ist eine Gratwanderung. Von „Manipulation“ spreche man gemäß Forster bei einer „mit einer Täuschungsabsicht verbundene[n] intentionale[n] Veränderung von Informationen durch Auswahl, Zusätze oder Auslassungen.“³⁰⁶ Dies verlange laut Haller also Vorsätzlichkeit beim Produzenten.³⁰⁷ Die wohl häufigste Form der Bildbearbeitung in der heutigen Medienwelt ist noch immer schlichtweg die Manipulation von Haaren, Augen oder der Haut im Bild.³⁰⁸ Auch wenn diese Formen der Bildmanipulation harmlos klingen und egal, in welcher Form ein digitales Bild verändert wurde: In jedem Fall kann ein Bildbearbeiter die Bedeutung und potenzielle Verwendbarkeit eines Bildes als Beweisstück beeinflussen, indem er charakteristische Elemente hinzufügt, austauscht oder löscht.³⁰⁹ Dies könnte laut Mitchell der Grund sein, warum Fotos häufig in persuasiven Medien verwendet werden, da ihnen eine enorme Überzeugungskraft innewohnt.³¹⁰ Auch hier sieht man sich an jene besondere Macht von Bildern erinnert, die Vorstellungen von Menschen zu beeinflussen.³¹¹

Haller nennt – ähnlich wie Knieper³¹² – fünf verschiedene Formen der Bildmanipulation: „[W]enn Bildinformationen gelöscht, wenn eine externe Information eingefügt, wenn eine Bildmontage hergestellt, wenn eine Beschriftung irreführend formuliert oder – der heikelste Punkt – wenn das Objekt der Berichterstattung inszeniert wird.“³¹³ Gerade in Krisen- und Kriegsgebieten werden Ereignisse laut Haller absichtlich medienwirksam für die Kamera- oder Fotolinse ins Licht gerückt, um eine spektakuläre

³⁰⁶ Forster: Rezeption von Bildmanipulation, S. 66.

³⁰⁷ Vgl. Haller: Die Wirklichkeit der Bilder, S. 38.

³⁰⁸ Vgl. Mitchell: The Reconfigured Eye, S. 210.

³⁰⁹ Vgl. ebda, S. 204.

³¹⁰ Vgl. ebda, S. 195.

³¹¹ Vgl. dazu Kapitel 2.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

³¹² Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 86-90 sowie Kapitel 6.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

³¹³ Haller: Die Wirklichkeit der Bilder, S. 39.

Aufnahme zu erzielen. Dabei bleibt allerdings im Dunkeln, welche Szenen sich hinter und neben der Kamera abgespielt haben. Beispielsweise wenn der Steine werfende Junge, der auf dem Bild womöglich wie ein „Verzweiflungstäter“ wirke, in der Realität von zahlreichen Fotografen umlagert wird, die ihn mit lauten Zurufen anfeuern.³¹⁴ „Solche Szenen sind so inszeniert, dass eine bestimmte Aussage, eine bestimmte Stimmung erzeugt wird. Das Bild ist zwar authentisch und intersubjektiv verifizierbar, also ‘wahr’, doch die gesamte Szenerie erscheint manipuliert.“³¹⁵ Das Argument so mancher Medienmacher, solch ein Ereignis hätte sich so oder so ähnlich dennoch abspielen können und zeige demzufolge trotzdem die Wirklichkeit, lässt Haller nicht gelten. Dennoch gibt er zu bedenken, dass Journalisten in ihrer Rolle als Agenten der Öffentlichkeit und Mitveranstalter der Medienöffentlichkeit dieser Inszenierung kaum bzw. nur schwer entkommen können.³¹⁶ Denn solche Inszenierungen geschehen schlichtweg auch ohne ihr Zutun, d.h. „ohne aktive Mithilfe von Journalisten – und gleichwohl für sie und ihre Kameras und zuhanden der Medienöffentlichkeit, um Einstellungen zu verändern, Stimmungen zu erzeugen und politisches Handeln zu beeinflussen.“³¹⁷ Damit wird auf die Problematik verwiesen, dass Szenen auch für Journalisten absichtlich herbeigeführt oder gar vorgespielt worden sein könnten. Die Schwierigkeit, solche Inszenierungen zu erkennen und richtig zu beurteilen, liegt auf der Hand.

7.3 Leicht zu fälschen, aber schwer zu erkennen

Anfangs war die Bildbearbeitung mit traditionellen Techniken am fertigen Bild noch schwierig und zeitaufwendig, wenn die Bildbetrachter nicht sofort erkennen sollten, dass es sich hierbei um eine manipulierte Aufnahme handelt. Mit dem Einzug der elektronischen Bildbearbeitung aber wurden Manipulationen am Bild plötzlich so einfach wie nie zuvor – und die Fälschungen perfekt und kaum als solche zu erkennen. Durch kontinuierliche Verbesserung und weitere Verbreitung der technischen Mittel, ist die digitale Bildmanipulation mittlerweile ein Teil des medialen Alltags.³¹⁸ Über den Umfang der digitalen Bildmanipulation lasse sich laut Büllesbach allerdings nur speku-

³¹⁴ Vgl. Haller: Die Wirklichkeit der Bilder, S. 43.

³¹⁵ Ebda, S. 43-44.

³¹⁶ Vgl. ebda, S. 43-45.

³¹⁷ Vgl. ebda, S. 44-45.

³¹⁸ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 110-111.

lieren. Fakt ist, dass Manipulationen digitaler Aufnahmen mit zunehmender Perfektionierung auch immer schwieriger zu erkennen seien. Denn wenn die Bearbeitung direkt vom Urheber vorgenommen wurde, existiere oftmals – wie oben angerissen – nicht einmal mehr ein „Original“, mit dem man die manipulierte Aufnahme vergleichen und so entlarven könnte. Spätestens seit dem Aufkommen der Digitalkamera als professionellem Arbeitsgerät und dem Einrichten eines „digitalen *Workflows*“, der mit Bildbearbeitungsprogrammen wie etwa *Photoshop* jegliche Veränderungen am Bild mit einfachsten Mitteln für buchstäblich jeden möglich macht, geraten zunehmend die Bildproduzenten, d.h. die Fotografen selbst in den Fokus, wie Büllesbach konstatiert.³¹⁹

Grundsätzlich lässt sich sagen: „[N]icht alles, was technisch möglich ist, sollte auch getan werden.“³²⁰ Ein äußerst bedenklicher Trend sei laut Rossig beispielsweise die Verzerrung oder das unkritische Spiegeln von Personenporträts.³²¹ Dies ist eine Frage der Berufspraxis und auch der Berufsethik, die allerdings nicht im Fokus dieser Magisterarbeit steht und auch schon hinlänglich in anderen Arbeiten thematisiert wurde. Was für die vorliegende Untersuchung viel wichtiger erscheint, ist nicht etwa die Bearbeitung, die Bildredakteure oder professionelle Fotografen an Bildern vornehmen, sondern vielmehr die Frage, wie diese Redakteure mit digitalen Bildern umgehen, die aus privaten Fotoapparaten oder den Kameras von Amateurfotografen stammen und deren Ursprung möglicherweise ungeklärt ist. Denn: „Mit jeder neuen Softwareversion werden nachträgliche Bildveränderungen, Fotomontagen und Verfälschungen wieder ein bisschen leichter gemacht. Mittlerweile können selbst Anfänger binnen kürzester Zeit beeindruckende Montagen erstellen, die frappierend ‘echt’ aussehen.“³²²

Während vor einiger Zeit also nur danach zu fragen war, was Bildredakteure und Fotojournalisten mit ihren Bildern anstellen oder anstellen dürfen, so muss nun offenbar auch danach gefragt werden, was Laien mit ihren Bildern tun bzw. tun können – und wie Medien mit dieser Gefährdungslage in der Praxis umgehen. Und: Wenn überhaupt eine Form der Kennzeichnung für redaktionell bearbeitete Bilder besteht – existiert

³¹⁹ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 110-111. Zum digitalen *Workflow* vgl. auch Kapitel 8.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

³²⁰ Rossig: Fotojournalismus, S. 174.

³²¹ Vgl. ebda, S. 176.

³²² Ebda, S. 174.

diese Form der Transparenz auch für nicht professionelle Bilder? Amateurfotografien scheinen mehr und mehr fester Bestandteil der Berichterstattung zu werden, doch wie lässt sich eine Manipulation am Bild oder eine absichtliche Inszenierung feststellen? Und was passiert im Zweifel des Falles mit nicht-verifizierbaren Bildern? Wenn diese zwar authentisch aussehen, ihre Echtheit de facto aber nicht überprüft werden kann?

7.4 Journalistische Glaubwürdigkeit in Gefahr?

Eines der Probleme, die im Kontext der Digitalisierung und Bearbeitung digitaler Bilder auftauchen, bringt Fetveit auf den Punkt:

*The development of computer programs for manipulation and generation of images has made it, at times, very hard to see whether we are looking at ordinary photographic images or images that have been altered. In the latter case, iconicity is sustained whereas indexicality – the causal relation between the profilmic (what was in front of the camera) and the image – partly disappears. In most cases the relationship is still there, but we might have a hard time deciding which parts of an image originate from the profilmic event and which parts are digitally generated or manipulated.*³²³

Fetveit zieht damit ganz klar die Glaubwürdigkeit bzw. Authentizität digitaler Bilder in Zweifel. Auch Mitchell hält fest, dass Fakt und Fiktion auf einem digitalen Bild manchmal kaum zu unterscheiden sind – wodurch die alte Sicherheit hinsichtlich der Echtheit eines Fotos sowie der Beweischarakter herkömmlicher Fotografien offenkundig unterminiert werden.³²⁴ Als Beispiel wird das Bild auf einer Postkarte genannt, das mit einem bestimmten Titel versehen ist. Hier kann möglicherweise das Bild die tatsächliche Realität nicht wiedergeben oder die Betitelung bzw. Beschreibung des Bildes kann schlichtweg falsch sein und nicht zu dem Ort gehören, der zu sehen ist. Falsche Bilder können dank Digitalfotografie zudem viel einfacher produziert werden.³²⁵ Durch die Manipulationsmöglichkeit digitalisierter Bilder zeigen so manche Fotografien demnach nicht mehr zwangsläufig etwas, das auch tatsächlich passiert sein muss, sondern möglicherweise auch Dinge, die in dieser Form niemals stattgefunden haben.³²⁶ Dabei kön-

³²³ Fetveit, Arild: Reality TV in the Digital Era. A paradox in visual culture? In: Allen, Robert (ed): The Television Studies Reader. London: 1999, S. 543-556, hier S. 549.

³²⁴ Vgl. Mitchell: The Reconfigured Eye, S. 191.

³²⁵ Vgl. ebda, S. 192-193.

³²⁶ Vgl. ebda, S. 212.

nen bearbeitete oder falsch etikettierte Fotografien die Illusion von Realität erwecken. Sie können laut Mitchell mögliche Welten zeigen, die präsentiert werden als ob sie real seien.³²⁷ An dieser Stelle tut sich nun eine Kluft zwischen den unkontrollierbaren Möglichkeiten digitaler Bildmanipulation einerseits und den Ansprüchen eines professionellen Informationsjournalismus andererseits auf, der eine Forderung nach objektiver und wahrhafter Berichterstattung stellt.³²⁸

Je mehr [...] Begriffe wie 'Wahrheit', 'Realität' und 'Objektivität' diskutiert werden, desto mehr wird vielen bewusst, dass Glaubwürdigkeit weniger mit Chemie oder Physik zu tun hat, als vielmehr mit den Personen, die die Fotos machen und veröffentlichen. [...] Jetzt, da Fotos aus binären Codes bestehen, die sich einfach verändern lassen, wie Sätze mit Wörtern, ist die Glaubwürdigkeit auf das Engste an eine Autorenschaft geknüpft.³²⁹

Auch Fotojournalisten müssen sich nun also zunehmend Gedanken über ihre publizistische Verantwortung, Normen bei der Berufs- und Ausbildung sowie ethische Grundsätze machen, wie es bei ihren schreibenden Kollegen schon weitaus länger der Fall ist. Denn für die meisten Bildmanipulationen seien nicht die Redaktionen, sondern vielmehr die Fotografen selbst verantwortlich.³³⁰

„Die komplexen Zusammenhänge zwischen der Bildaussage, -bedeutung und Bildwirkung werden“, so Haller, „erst infolge der Digitalisierung der Medienproduktion und ihrer damit verbundenen unbegrenzten Reproduzierbarkeit umfassender erkannt und diskutiert.“³³¹ Auch im „harten“ Medienwettbewerb gelte die alte *Maxime zutreffend* zu informieren, was für den Bildjournalismus aber bedeuten würde „...mit den Mitteln der begrifflichen Sprache [zu] erklären, unter welchen (inszenatorischen) Bedingungen diese Situation entstanden ist und welche Perspektive der Fotograf eingenommen (auch: was er ausgeblendet) hat.“³³² Um die Gegebenheiten und Bedingungen der Bildaufnahme und damit etwaige manipulative Effekte offen legen zu können, verweist Haller in diesem Zusammenhang auf die im Informationsjournalismus gültige Regel,

³²⁷ Vgl. Mitchell: *The Reconfigured Eye*, S. 196-200.

³²⁸ Vgl. Büllesbach: *Digitale Bildmanipulation und Ethik*, S. 112.

³²⁹ Ebda.

³³⁰ Vgl. ebda, S. 112-113.

³³¹ Haller: *Die Wirklichkeit der Bilder*, S. 51.

³³² Ebda, S. 52.

Transparenz in Bezug auf Quellenlage und Status der Information herzustellen.³³³ An dieser Stelle ließe sich noch ergänzen, dass – gerade bei Fotografien aus Laienhand und gegebenenfalls trüben Quellen – ebenfalls erklärt werden müsste, inwiefern deren Echtheit und Entstehungszusammenhänge bekannt und deren Echtheit verifiziert werden konnten – oder eben nicht. Um in berufsethischer Hinsicht verantwortungsvoll zu handeln, müssen Journalisten in jedem Fall

die [ihnen] in der Inszenierung zugedachte Rolle und die daraus sich ergebenden Handlungsmöglichkeiten reflektieren – und auch die mit den Bildern verbundenen Effekte. Wenn er [der Journalist; Anm. d. Verf.] deren Kontext (Bedeutungszusammenhang), deren Aussagen (Wahrhaftigkeit) bzw. deren Effekte (Bildwirkung auf Rezipienten) nicht einschätzen, also nicht legitimieren kann, sie aber dennoch publiziert, trifft ihn die volle Verantwortung und nicht die Regisseure der Inszenierung.³³⁴

Büllesbach hält in diesem Zusammenhang noch einmal deutlich fest, dass er insbesondere durch die Möglichkeiten der digitalen Bildmanipulation und das Aufkommen von Leserfotografen die fotojournalistischen Qualitätsstandards gefährdet sieht.³³⁵ Denn was bedeutet es, wenn nun auch immer mehr Amateurfotografien in die Berichterstattung drängen? Was, wenn nicht eindeutig verifizierbar ist, dass es sich hier um authentische Quellen handelt? Was, wenn die Herkunft eines Bildes unklar oder der Urheber sogar gänzlich unbekannt ist? Was, wenn im Dunkeln bleibt, mit welcher Absicht eine Aufnahme geschossen wurde, was hinter ihr steht und an welchen Kriterien bzw. Standards sich der Fotograf orientiert hat – oder eben nicht? Auf den „Vormarsch“ dieser Amateure als neue Spieler im medialen Alltag wird im folgenden Kapitel näher eingegangen.

³³³ Vgl. Haller: Die Wirklichkeit der Bilder, S. 52.

³³⁴ Ebda, S. 45

³³⁵ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 109.

8. Amateure auf dem Vormarsch

Neben Nachrichtenagenturen sind vor allem freie Fotojournalisten und Fotografenvereinigungen, aber auch Bildagenturen sowie Archive die bedeutendsten Bildlieferanten.³³⁶ Seit einiger Zeit tritt laut Büllesbach nun ein weiterer Bildanbieter in Form von Amateurfotografen auf den Plan:

Eine sehr bemerkenswerte Veränderung im Fotojournalismus der letzten Jahre ist, dass Amateurfotografen immer öfter als Bildlieferanten für die Medien in Erscheinung treten. Dies kann als eine unmittelbare Folge der zahlreichen technologischen Entwicklungen in den Bereichen 'Internet', 'Telekommunikation' und 'Fotografie' angesehen werden.³³⁷

Diese Amateurfotojournalisten, die zunehmend Material für die Berichterstattung liefern, werden in den folgenden Abschnitten beleuchtet. Auch, welche Rolle die Digitalisierung hierbei spielt – insbesondere welche technischen Umbrüche das verstärkte Aufkommen von Amateuraufnahmen überhaupt ermöglichen – und welche Folgen dies für den professionellen Pressefotografen mit sich bringt, findet Beachtung.

8.1 Formen der Partizipation: vom Nutzer zum Produzenten

Unterschiedliche Arten der Leserpartizipation sind an sich nichts Neues. Frühe Formen wie die bereits im 18. Jahrhundert verbreitete Lesermitarbeit bei Heimatzeitungen oder auch der noch immer aktuelle Leserbrief sind dafür treffende Beispiele.³³⁸ Dabei kursieren eine ganze Reihe verschiedener Begrifflichkeiten, um den Gegenstand zu benennen: Das Spektrum reicht von 1. *Kollaborativem*, *Open-Source*- und *Peer-to-Peer-Journalismus* über 2. *Parajournalismus*, *Amateur*- und *Laienjournalismus* bis hin zu 3. *Graswurzel*-, *Bürger*- und nicht zuletzt *Partizipativem Journalismus*. Der letztgenannte Ausdruck werde laut Sehl bevorzugt.³³⁹ Sie verweist in diesem Zusammenhang auf Engesser, der diese drei Gruppen ihrem Bedeutungsgehalt nach untersucht und dement-

³³⁶ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 16.

³³⁷ Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 127.

³³⁸ Vgl. Sehl, Annika: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen. Eine empirische Analyse zur publizistischen Vielfalt im Lokalen. Dortmund: 2013, S. 72. Zu unterschiedlichen, frühen Formen der Lesermitarbeit vgl. außerdem ebda, S. 101-130.

³³⁹ Vgl. ebda, S. 72-73.

sprechend semantischen Feldern zuordne.³⁴⁰ Die erste Gruppe umfasse das Prozessfeld, also im Mindesten die Beteiligung der Nutzer am Prozess der inhaltlichen Produktion. Die zweite Gruppe umfasse das Feld der Profession, was die Ausübung außerhalb einer beruflichen Tätigkeit beinhaltet. Die dritte schließlich meine das Feld der Partizipation und damit eine aktive Teilnahme an der medialen Öffentlichkeit.³⁴¹ Engesser verzichtet laut Sehl nun auf eine Reihenfolge der Begrifflichkeiten und führt diese in seiner Definition des Partizipativen Journalismus gleichermaßen zusammen.³⁴² Seine Definition lautet demnach wie folgt: „Partizipativer Journalismus beteiligt die Nutzer zumindest am Prozess der Inhaltsproduktion, wird außerhalb der Berufstätigkeit ausgeübt und ermöglicht die aktive Teilhabe an der Medienöffentlichkeit.“³⁴³

Auch von *Bürgerjournalismus* ist häufig die Rede: Darunter wird mit Nip ein Phänomen verstanden, „*where the people are responsible for gathering content, visioning, producing and publishing the news product.*“³⁴⁴ Für Sehl liegt die Macht hier ausschließlich in den Händen von Amateuren, für die sich durch technische Innovationen und die Etablierung von „*Social Software*“ neue, webbasierte Arten des Bürgerjournalismus aufgetan haben. Als Beispiel sind hier etwa Wikis und Blogs zu nennen.³⁴⁵ Eine strenge Abgrenzung der beiden Begriffe wird allerdings nicht exerziert: „Häufig wird Bürgerjournalismus synonym für partizipativen Journalismus verwendet, weil in beiden Fällen journalistische Laien an der Entstehung von Inhalten mitwirken.“³⁴⁶ Es mache allerdings einen Unterschied, ob ein Blogger beispielsweise einen Post auf seiner privaten Homepage oder auf der Website einer Lokalzeitung veröffentlicht. Während er in erstem Fall weitgehend autonom agieren könne, müsse er sich im zweiten an die Regeln des entsprechenden Mediums halten, wie Sehl betont.³⁴⁷ Diesen Unterschied expliziert Nip anhand der Amateuraufnahmen des großen Tsunamis aus dem Jahr 2004:

³⁴⁰ Vgl. Sehl: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, S. 74.

³⁴¹ Vgl. Engesser, Sven: Partizipativer Journalismus. Eine Begriffsanalyse. In: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkung im Social Web. Köln: 2008, S. 47-71, hier S. 66.

³⁴² Vgl. Sehl: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, S. 74.

³⁴³ Engesser: Partizipativer Journalismus, S. 66.

³⁴⁴ Nip, Joyce Y. M.: Exploring the second phase of public journalism. In: Journalism Studies, Bd. 7, Nr. 2, 2006, S. 212-236, hier S. 218.

³⁴⁵ Sehl: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, S. 87.

³⁴⁶ Ebda.

³⁴⁷ Vgl. ebda.

*The photographs and videos taken of the Tsunami in South Asia by tourists and the local people in December 2004 would amount to citizen journalism if they were published by the people themselves, but would be participatory journalism if the material was handed to a mainstream news organization for publication.*³⁴⁸

Wie Sehl herausstreicht sind die Grenzen zwischen Bürger- und Partizipativem Journalismus in der Realität allerdings fließend und damit nicht trennscharf.³⁴⁹ Das Internet präsentiert sich dabei wegen seiner hohen Interaktivität für das Publikum als besonders geeignet, um sich einbringen zu können. Dies zeigt sich in vielfältigen Ausprägungen.³⁵⁰ Gerade durch die Entwicklung des „Social Web“³⁵¹ wurden Formen des Partizipativen Journalismus begünstigt. Zudem haben sich neue Formen wie Wikis, Weblogs oder das Twittern herausbilden können.³⁵² Laien werde dadurch ein leichter Zugang zur Öffentlichkeit gewährt, da weder teure Druckpressen und aufwendige Vertriebswege noch knappe Senderlizenzen benötigt werden, wie Sehl erklärt.³⁵³

Die Digitalisierung und das Internet scheinen also Dreh- und Angelpunkte all dieser Entwicklungen zu sein. Ein Begriff, der in diesem Zusammenhang nicht unerwähnt bleiben darf, ist jener des *User Generated Content*. Bauer definiert diesen als

die Gesamtheit aller von Internetnutzern bewusst erzeugten wahrnehmbaren elektronischen Medieninhalte, die von diesen unmittelbar und unabhängig von einer vorherigen redaktionellen Auswahl über das Internet der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, sofern es sich hierbei nicht um professionell erstellte und zu gewerblichen Zwecken veröffentlichte Inhalte handelt.³⁵⁴

³⁴⁸ Nip: Exploring the second phase of public journalism, S. 218.

³⁴⁹ Vgl. Sehl: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, S. 88.

³⁵⁰ Vgl. ebda, S. 89. Zu den verschiedenen Ausprägungsformen vgl. außerdem ebda, S. 91-92.

³⁵¹ Das „Social Web“ besteht in Anlehnung an Ebersbach, Glaser und Heigl per definitionem „aus im Sinne des WWW webbasierten Anwendungen, die für Menschen den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und die kollaborative Zusammenarbeit in einem gesellschaftlichen oder gemeinschaftlichen Kontext unterstützen, sowie den Daten, die dabei entstehen, und den Beziehungen zwischen Menschen, die diese Anwendungen nutzen.“ (Ebersbach, Anja/Glaser, Markus/ Heigl, Richard: Social Web. Konstanz: 2008, S. 31).

³⁵² Vgl. Sehl: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, S. 130. Für eine Explikation der genannten Beispiele vgl. außerdem ebda, S. 131-152.

³⁵³ Vgl. Ebda, S. 130.

³⁵⁴ Bauer, Christian Alexander: User Generated Content. Urheberrechtliche Zulässigkeit nutzergenerierter Medieninhalte. Heidelberg: 2011, S. 26.

Seine Definition stützt er auf juristisches, wirtschaftswissenschaftliches sowie kommunikations- und medienwissenschaftliches Schrifttum. *User Generated Content* sind demnach von Nutzern produzierte Medieninhalte in Form von Texten, Tönen oder Bildern, die auf einer Website oder auch auf einem Endgerät des Nutzers – z.B. einem Smartphone³⁵⁵ – bewusst generiert und über das Internet kommuniziert bzw. publiziert wurden. Ein weiteres Charakteristikum sei laut Bauer die unmittelbare Veröffentlichung durch den Erzeuger ohne redaktionelle Auswahl sowie fehlende Professionalität oder gewerbliche Zweckgebundenheit.³⁵⁶ Daneben weist Bauer auf zahlreiche untergeordnete Alternativbegriffe wie etwa *User Created Content*, *User Generated Media* oder auch *Consumer Generated Content* hin, die etwas variieren und somit den Schwerpunkt leicht verlagern.³⁵⁷ *User Generated Content* ist allerdings der Oberbegriff, „der aufgrund seiner umfassenden wörtlichen Bedeutung sämtliche mit vorgenannten Subbegriffen bezeichneten nutzergenerierten Web-Inhalte umfasst.“³⁵⁸

Doch *posten* Nutzer ihre Bilder nicht nur sehr lebhaft im Netz, zum Beispiel auf YouTube oder Twitter. Gleichzeitig hat auch der Anteil an von Lesern produzierten Fotos im Print-Bereich in den vergangenen fünf bis zehn Jahren scheinbar sukzessive zugenommen. Dies nicht zuletzt, da manche Medien explizit damit begonnen haben, ihre Leser zum Fotografieren aufzufordern – die Geburtsstunde des sogenannten „Leserreporters“, der im folgenden Kapitel vorgestellt wird.

8.2 Der Leserreporter

„Digitale Fotografie“, so Müller, „ist zu einer massenhaft verbreiteten Alltagstechnik geworden, die ihrerseits nun wieder von den Medien aufgegriffen und in den professionellen journalistischen Produktionsprozess integriert wird.“³⁵⁹ Dies äußert sich beispielsweise in Form der so genannten „Leserreporter“, deren Beiträge von einem partizipativen Bürgerjournalismus bis hin zu einer voyeuristischen Kontrolle des gesamten

³⁵⁵ Vgl. Bauer: *User Generated Content*, S. 22.

³⁵⁶ Vgl. ebda, S. 24-25.

³⁵⁷ Vgl. ebda, S. 26-27. Der Schwerpunkt liegt hier einmal auf der schöpferischen Eigenleistung (*to create*), ein anderes Mal auf der Funktion des Verbraucher-Rezensenten (*consumer*) oder auch auf unmittelbar wahrnehmbaren Text-, Bild- und Tonbeiträgen (*media*) eines Nutzers (vgl. ebda).

³⁵⁸ Vgl. ebda, S. 27.

³⁵⁹ Grittmann/Neverla/Ammann: *Global, lokal, digital*, S. 20.

öffentlichen Raumes reichen können.³⁶⁰ Doch was ist genau unter einem Leserreporter zu verstehen? Die Definition des Leserreporters nach Engesser, Krämer und Ammann umfasst sowohl eine Akteurs- als auch eine institutionelle Ebene und lautet folgendermaßen:

Erstens handelt es sich um die *Akteure*, die in der partizipativen Pressefotografie die Arbeitsrolle der Reporter übernehmen und für die Redaktion Fotos produzieren und einsenden. Zweitens ist darunter die *Institution* zu verstehen die in den letzten fünf Jahren von verschiedenen Medienunternehmen (in erster Linie des Boulevardjournalismus) eingerichtet wurde.³⁶¹

Sehl merkt allerdings an, dass die obige Definition mit ihrer Einschränkung auf partizipative Pressefotografie sehr eng gefasst sei, da sie beispielsweise ausschließe, wenn Hinweise von Lesern in den Redaktionen eingehen. Auch wenn Leserreporter möglicherweise in journalistische Routinen und Praktiken eingebunden seien, bezweifelt Sehl dennoch, ob diese tatsächlich von einer eigenen „Institution Leserreporter“ vorgegeben werden, und nicht viel mehr die Rollen, Regeln und Darstellungsformen des Journalismus Geltung besitzen. Dennoch sei der Hinweis auf die Rolle der Institution bedeutsam, weil der hier beschriebene Leserreporter erst durch jene Institutionalisierung entstanden sei – beispielsweise, wenn Redaktionen zum Einsenden von Fotos aufrufen.³⁶² „Ohne diese institutionelle Verankerung als Rubrik oder Ähnliches haben Amateure schon viel früher ihre Fotos und auch Videos bei bedeutenden Ereignissen an Massenmedien geschickt“³⁶³ – so zum Beispiel bei der Ermordung von Präsident Kennedy im Jahr 1963.³⁶⁴ Auch hier handelt es sich nämlich um mehr oder weniger zufällige Aufnahmen eines Amateurs. Als strukturelle Voraussetzung für die Institutionalisierung des Leserreporters werden durch Volkmann vor allem zwei Faktoren hervorgehoben:

³⁶⁰ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, S. 20-21.

³⁶¹ Engesser, Sven/Krämer, Benjamin/Ammann, Ilona: Bereichernd oder belanglos? Der Nachrichtenwert partizipativer Pressefotografie im Boulevardjournalismus. In: Publizistik, Bd. 55, Nr. 2, 2010, S. 129-151, hier S. 132.

³⁶² Vgl. Sehl: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, S. 162-163. Vgl. außerdem Volkmann, Ute: Leser-Reporter: Die Macht des neuen Publikums? In: Jäckel, Michael: Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation. Frankfurt: 2008, S. 219-240, hier S. 227.

³⁶³ Sehl: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, S. 163.

³⁶⁴ Vgl. ebda, S. 163.

- technische Innovationen, die sich mit dem Schlagwort Web 2.0 zusammenfassen lassen, und deren Verbreitung und Nutzung in der Gesellschaft sowie
- den zunehmenden Ökonomisierungsdruck im Journalismus; denn Zeitungen könnten durch Leserreporter kostengünstig journalistische Inhalte und gleichzeitig Hinweise auf die Interessen der Leser erhalten sowie die Leser-Blatt-Bindung stärken.³⁶⁵

Ob die angenommene Kostenersparnis in der Realität aufgehe, bleibe mit Sehl kritisch zu hinterfragen: „Dafür spricht zweifelsohne, dass die Leser kostengünstiges Material liefern. Dagegen spricht jedoch, dass diese Leserbeiträge alle gesichtet, bewertet, überprüft und womöglich nachrecherchiert werden müssen, bevor sie gegebenenfalls veröffentlicht werden können.“³⁶⁶

Vorreiter bei den Leserreportern ist *Verdens Gang*, ein norwegisches Boulevardblatt, bei dem die Leser seit 2004 nicht nur Bildmaterial einsenden, sondern der Redaktion auch Hinweise liefern. Sofern diese bestimmte Kriterien erfüllen und ausgewählt werden, recherchiert die Redaktion den Lesertipp und bringt eine Geschichte dazu – sowohl online, als auch gedruckt. Für ihre Hinweise und Bilder erhalten die Leser von der Zeitung dann ein Honorar.³⁶⁷ Ein prominentes deutsches Beispiel ist die *Bild*-Zeitung, die 2006 eine Leserreporter-Rubrik einführte. Auch diese schüttet für abgedruckte Fotos ein Honorar aus.³⁶⁸ Auch wenn Studien zu diesem Thema noch recht rar sind, so ergab etwa eine Analyse zu den Leserreportern der deutschen Bildzeitung, dass die von Lesern eingesandten Bilder vor allem auf *Soft News* ausgerichtet sind, wie eine Analyse der Bild-Leserreporter belegt.³⁶⁹ In einem Auszug aus dieser Studie heißt es:

Bei den Bildthemen [...] dominieren mit insgesamt mehr als der Hälfte des gesamten Fotomaterials die Soft News wie Prominenz (20,1 %), Kuriosität (18,3 %) und Tiere (17,3 %). Im Gegensatz dazu fehlen Hard News aus Politik und Wirtschaft sowie Sportfotografie fast gänzlich, da sie unter anderem für Leserreporter schwer zu visualisieren sind. Auch weitere nachrichtliche Themen wie Unfälle (7,2 %), Brände (1,4 %) und Kriminalität (0,8 %), die für die Leserreporter leichter zugänglich sind, kommen vergleichsmäßig sel-

³⁶⁵ Volkmann: Leser-Reporter, S. 228-229.

³⁶⁶ Sehl: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, S. 163.

³⁶⁷ Vgl. ebda, S. 163-164.

³⁶⁸ Vgl. ebda, S. 164-165.

³⁶⁹ Vgl. ebda, S. 166. Auch österreichische Boulevardmedien, wie etwa die Kronen Zeitung, drucken insbesondere im Lokalteil regelmäßig Leserreporterfotos ab (vgl. dazu den empirischen Teil der vorliegenden Magisterarbeit).

ten vor. Die Visualisierung des Alltags, wie Urlaub, Familie, Hobbies (sic!) oder Berufstätigkeit, findet ebenfalls nicht statt.³⁷⁰

Bei der Selektion des Bildmaterials durch die Redakteure entscheiden laut Sehl allerdings eher die *Hard Facts* – zum Beispiel die Reichweite oder der Einfluss. Insgesamt zeige sich, dass sich die Leserreporter-Fotos eher an der individuellen Relevanz zu orientieren scheinen als an einer gesellschaftlichen, was die Annahme stützt, dass die Fotos von Leserreportern, die abgedruckt werden, eine eigene Nische füllen, indem sie sich komplementär zum Journalismus verhalten.³⁷¹ Diese Vermutung gilt es im Hinterkopf zu behalten, wenn es an späterer Stelle um die Antwort auf die Frage geht, ob Amateurfotografen möglicherweise eine Gefahr für die professionelle Pressefotografie darstellen, diese eventuell zu verdrängen drohen und sich so gegebenenfalls negativ auf die Qualität des journalistischen Produktes auswirken.

Ganz gleich, ob Leserreporter ihre Fotos für den Online-Markt oder explizit für Print-Medien produzieren: Erst die Digitalisierung und das Internet haben diese Formen der Partizipation ermöglicht – und insbesondere auch den Weg für eine stärkere Einbindung von Amateuraufnahmen in der Berichterstattung geebnet. Aus diesem Grund diskutiert das nächste Kapitel, welche Rolle die Digitalisierung bei der Beteiligung von Amateuren an der Pressefotografie spielt, welche Möglichkeiten sich dadurch eröffnen und welche Gefahren dies gleichzeitig birgt.

8.3 Die Rolle der Digitalisierung

Ende der 1980er Jahre setzte im Fotojournalismus der Prozess der Digitalisierung ein, welcher vermutlich zu einer der größten Veränderungen dieser Profession geführt hat. Zu anfangs wurden die ersten Digitalkameras ausschließlich von hoch spezialisierten und professionellen Fotografen verwendet. Parallel dazu verbreiteten sich die digitale Bild- und Textproduktion in den Printmedien, Fernsehredaktionen und Agenturen.

³⁷⁰ Ammann, Ilona/Krämer, Benjamin/Engesser, Sven: Bildhafte Themen und kuriose Typen. Die Bedeutung des Fotos der Bild-Leserreporter. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, Bd. 58, Nr. 1, 2010, S. 83-101, hier S. 91.

³⁷¹ Vgl. Sehl: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen, S. 167.

Man sprach nun von „*desktop publishing*“ und „elektronischer Bildverarbeitung“.³⁷² Neben ISDN-basierten Bilddatenbanken kam dann schließlich in den 1990er Jahren das Internet hinzu.³⁷³ Dieses ermöglichte den direkten Transport digitaler Fotografien in die Redaktionen und Agenturen. Der digitale Fotojournalismus hatte sich damit durchgesetzt – vor allem aufgrund seiner Praktikabilität und Wirtschaftlichkeit.³⁷⁴ In der Praxis zeige sich dies insbesondere in einem „geglätteten“ und vereinfachten *Workflow*:

Der gesamte Produktionsablauf ist nunmehr geglättet, ohne Sprünge im Einsatz der Technik, ohne Zeitverlust und zusätzliche Kosten, die vormals durch die Einbindung der Fotolabors und des postalischen Transports noch nötig waren: Der ‘Workflow’ verläuft nun aus einem Guss, von der Aufnahme der Fotos über deren Weitergabe, Auswahl und Gestaltung bis hin zur Verarbeitung im Ganzseitenlayout am Bildschirm in den Redaktionen und schließlich im Druck.³⁷⁵

Im Laufe der 1990er Jahre setzte zeitlich geringfügig versetzt ein zweiter Digitalisierungsschub ein, der seine volle Entfaltung erst nach der Jahrtausendwende erreichte. Dieser zweite Schub wurde durch die massenhafte Verbreitung der Digitalfotografie ausgelöst, die vom Aufkommen günstiger Kompakt-Digitalkameras für Laien herrührte. Auch die technischen Entwicklungen in der Mobilkommunikation, die immer bessere Fotohandys auf den Markt brachte, spielt hier eine Rolle. Das Fotografieren war damit etwas Alltägliches geworden, das nun auch für Amateure in einer guten Qualität möglich ist.³⁷⁶ Nehrlich und Zint schreiben in diesem Zusammenhang: „Die Digitalisierung der Fotografie, die zunächst als rein technischer Fortschritt daherkam, hat einen umfassenden Strukturwandel in den Arbeitsabläufen befördert. Das Fotografieren ist scheinbar einfacher, auf jeden Fall aber schneller und dezentraler geworden. Eigene Bildredaktionen erscheinen den Verlegern als Luxus.“³⁷⁷ In der Folge werden Bildredaktionen zunehmend verkleinert und fest angestellte Fotografen zu einer immer größeren Seltenheit.³⁷⁸

³⁷² Vgl. Zint: Als die Bilder lügen lernten, S. 12-13 sowie Kemper, Frank: Fotos ohne Silberfilm. In: Journalist, Nr. 8, 1993, S. 50-51.

³⁷³ Vgl. Lehmann, Frank: Virtuelle Bilderwelt. In: Journalist, Nr. 3, 2001, S. 51-55.

³⁷⁴ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 19-20.

³⁷⁵ Ebda, S. 20.

³⁷⁶ Vgl. ebda.

³⁷⁷ Nehrlich, Helma/Zint, Günter: Existenzbedrohende Auftragspraxis. Kaum noch eigene Bildredaktionen und Total-buy-out-Verträge für Freie. In: Menschen Machen Medien, Nr. 5, 2004, S. 6-7, hier S. 6.

³⁷⁸ Vgl. ebda.

Somit hat die Technologie der digitalen Fotografie zu einschneidenden Veränderungen in der Pressefotografie geführt – womöglich sogar zu einer buchstäblichen „Krise der Pressefotografie“.³⁷⁹ Im Folgenden werden die wichtigsten dieser Umbrüche mit Grittmann, Neverla und Amman noch einmal skizziert:

- *Handwerkliche Vereinfachung und Automatisierung*: Das Fotografieren ist scheinbar simpler geworden und es können mehr Bilder in kürzerer Zeit produziert werden.
- *Fotografische Aufnahme*: Während vormals eine größere Kompetenz notwendig war, um den richtigen Moment („*desicive moment*“) für eine Aufnahme zu erwischen, obliegt die Zuständigkeit bei der Auswahl des „richtigen Schusses“ mehr und mehr den Redaktionen.
- *Transport vom Fotografen zur Redaktion*: Dieser verläuft dank der Digitalisierung nun in extremer Geschwindigkeit beinahe ohne Zeitverlust.
- *Bearbeitung der Fotos für Printmedien*: Die Fülle der Aufnahmen und die technisch vereinfachte Einsatzfähigkeit und Austauschbarkeit von digitalen Fotografien führt dazu, dass Fotos auch in Printmedien zu einer immer selbstverständlicheren Komponente werden.
- *Industrialisierung der Pressefotografie*: Automatisierung und Vereinfachung gepaart mit einer steigenden Nachfrage eines „Massenmarktes“ können als Anzeichen eines Industrialisierungsprozesses gewertet werden, der konventionalisierte und standardisierte Produkte hervorbringt.
- *Wachsender Archivierungsaufwand*: Die Speicherung digitaler Bilder ist in der Handhabung zwar unkomplizierter, doch führen die wachsende Nachfrage und die enorme Menge an Aufnahmen zu einem verstärkten Archivierungsaufwand.
- *Kürzere Verfallszeiten archivierter Fotos*: Die alten Fotonegative hatten eine längere Verfallszeit als elektronisch digitale Hardware wie CDs und DVDs. Auch sind digitale Bilder im wahrsten Sinne des Wortes nicht mehr greifbar und können viel leichter gelöscht werden.³⁸⁰

Professionelle Fotografen sehen sich damit nicht nur mit einem immer größeren zeitlichen, sondern auch finanziellen Druck konfrontiert, weil die Digitalisierung und das Internet es auch ambitionierten Amateurfotografen ermöglichen, ihre Bilder über digi-

³⁷⁹ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 21.

³⁸⁰ Vgl. ebda, S. 21-23.

tale Plattformen auf den Markt zu bringen.³⁸¹ Gerade handwerkliche Vereinfachung und Automatisierung, die Chance, in kurzer Zeit viele Aufnahmen zu machen, was das „professionelle Auge“ für den richtigen Moment zum Drücken des Suchers obsolet machen, sowie die Möglichkeiten der Bildbearbeitung – die ja immer einfacher wird – sowie Züge einer Industrialisierung der Fotografie, scheinen den Vormarsch der Amateure auf diesem Gebiet zu begünstigen. Nicht mehr ausschließlich professionelle Pressefotografen schießen Bildern für die Redaktionen, sondern jeder kann mit der eigenen kleinen Digitalkamera oder dem Smartphone Fotos schießen und Ereignisse dokumentieren – und zwar immer und überall.

8.4 Flächendeckende Dokumentation

Im Fahrwasser der Digitalisierung zeigt sich in Form der Leserreporter und Amateurfotografen im Bildjournalismus also seit geraumer Zeit ein Trend, durch den scheinbar eine umfassendere Beobachtung der Gesellschaft ermöglicht wird. So hat die Digitalisierung nicht nur die Verbreitung privater Fotografien einfacher gemacht, sondern vor allem auch deren Entstehung, was die Chance von „großen“ Schnappschüssen grundsätzlich erhöht, wie Neuberger festhält: „Die Digitalisierung führt zu einer flächendeckenden Beobachtung und Dokumentation der Wirklichkeit. [...] Die Wahrscheinlichkeit von Zufallsaufnahmen steigt.“³⁸² Dies bringt selbstverständlich einen großen Vorteil mit sich, denn „Journalisten und Kamerateams kommen meist zu spät, wenn es aufregend wird. Katastrophen, Unfälle und Verbrechen finden meistens ohne sie statt, weil ein Unglück in der Regel ganz plötzlich passiert und nur wenige entscheidende Momente dauert.“³⁸³ Auch dies ist an sich nicht neu – ein bekanntes und vor allem *altes* Beispiel weit vor Internet und Digitalisierung ist das bereits erwähnte Attentat auf Kennedy, das zufällig von einem Amateur auf Zelluloid gebannt wurde:

Als John F. Kennedy ermordet wurde, hatte ein unbekannter Amateurfilmer zufällig den Hergang mit seiner 8 mm Schmalfilmkamera erfasst. Ein Ausschnitt von einem winzigen Bildchen seines Films ging stark vergrößert in den folgenden Tagen um die Welt: Grob-

³⁸¹ Vgl. Nobel, Rolf: Verflachung der publizistischen Fotografie. Einmischen über den Brotjob hinaus, unabhängig von Zeitgeist und Trend. In: Menschen Machen Medien, Nr. 5, 2004, S. 4-6.

³⁸² Neuberger: Durchmarsch der Amateure, S. 40.

³⁸³ Ebda.

körnig zeigte es den Moment, in dem Kennedy, von einer Kugel getroffen, zusammenbrach. Hier standen die Aktualität des Ereignisses und die Einmaligkeit des Fotos vor den Kriterien, die üblicherweise zur Veröffentlichung führen; das Beispiel mag für den nicht seltenen Fall stehen, daß (!) Aktualität vor Qualität geht.³⁸⁴

Heute, rund 50 Jahre nach dem Kennedy-Attentat und zehn Jahre nach Abu Ghraib, verfügt nicht mehr nur beinahe jeder über eine Digitalkamera, sondern häufig sind Kameras in guter Qualität bereits in gängige Smartphones integriert, was seinen Teil zu dieser Entwicklung beiträgt: „Heute sind Kamera und Mikrofon ins Handy integriert, über das die Daten direkt in die Redaktion weitergeleitet werden können.“³⁸⁵ Der leichte Zugang zu einer Kamera und die schnelle Verbreitungsmöglichkeit via Internet sind laut Gunthert in diesem Kontext die entscheidenden Besonderheiten der Digitalisierung.³⁸⁶

Mit der zunehmenden Verbreitung der digitalen Technik öffnen sich für Amateurfotografen teilweise dieselben Distributionskanäle, wie sie von hauptberuflichen Fotojournalisten genutzt werden. Bilddatenbanken und Bildportale unterscheiden in der Regel nicht zwischen Amateur- und Profifotografen. Mit den Möglichkeiten des Internets haben Amateurfotografen zusätzlich die Gelegenheit, ihre Arbeiten zu präsentieren und auf sich aufmerksam zu machen.³⁸⁷

Wie bereits skizziert, hängt der „Boom“ der Amateurfotografie stark mit dem Aufkommen der kleinen Digitalkameras und insbesondere der Smartphones zusammen, die jeden in die Position eines potenziellen Bildlieferanten befördern: „Mit der massenhaften Verbreitung von Foto-Handys und kompakten Digitalkameras wurden Passanten als ‘Augenzeugen’ gleichermaßen als Bildlieferanten von Unfällen, Verbrechen oder spektakulären Ereignissen entdeckt.“³⁸⁸ Es scheint auch wichtig zu berücksichtigen, dass aufgrund des wachsenden finanziellen und zeitlichen Drucks sowie allgemeiner Ressourcenknappheit auch aufwendige Recherchen beinahe verunmöglicht wer-

³⁸⁴ Beifuß, Hartmut: Was macht ein Foto zum Pressefoto? In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 115-118, hier S. 117.

³⁸⁵ Neuberger: Durchmarsch der Amateure, S. 40.

³⁸⁶ Vgl. Gunthert: Digital Imaging goes to war, S. 104.

³⁸⁷ Büllsach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 127.

³⁸⁸ Ebda.

den.³⁸⁹ Ein Glück also, wenn Privatpersonen ihre eigene Digitalkamera oder das Smartphone „draufhalten“, wenn „Großes“ passiert, weil sonst wohl keine Aufnahme zustande käme: „Viele wichtige Ereignisse hätte die breite Öffentlichkeit nicht am Bildschirm verfolgen können, wenn nicht ein Laie im entscheidenden Moment die Kamera parat gehabt hätte.“³⁹⁰ So habe auch der Anteil an Amateurmaterial in der Berichterstattung sukzessive zugenommen, vor allem, weil es Authentizität vermittele.³⁹¹

Teilweise werden „Leserreporter“ von Redaktionen auch explizit aufgefordert, Bilder einzuschicken. Und selbst namhafte Bildagenturen greifen mittlerweile auf Amateurbilder zurück und schlagen aus dieser Entwicklung Kapital, indem sie solche Fotos zur Vermarktung anbieten.³⁹² Zu Recht formuliert Büllesbach die entscheidende Frage, die ob dieser Ausführungen einem jeden auf der Zunge brennen muss: „Angesichts dieser Entwicklung stellt sich schon die Frage, wie es um das Wissen journalistischer Sorgfaltspflichten und Verhaltensregeln unter den Leserreportern bestellt ist?“³⁹³ Er kritisiert nicht nur, dass die Berufssicherheit professioneller Fotojournalisten dadurch gefährdet werde, sondern stellt zudem zur Diskussion, ob in den Fotoamateuren nicht eine billige Konkurrenz zu den Profis gesehen werden müsse, da Erstere durch bewusste Missachtung journalistischer Verhaltensnormen sogar noch einen Wettbewerbsvorteil gewinnen könnten.³⁹⁴

Was bedeutet es also nun, wenn Zeit- und Kostendruck herrschen, bei Fotoaufnahmen der Zufall regiert und Amateuren dieselben Mittel zur Erzeugung und Verbreitung von Bildern zur Verfügung stehen wie professionellen Fotojournalisten? Welche Gefahr birgt die (scheinbare) Authentizität (scheinbar) zufällig entstandener Laienbilder, wenn in Zeiten der Digitalisierung Bildmanipulationen kinderleicht geworden sind? Und welche Folgen hat es, wenn Professionalität zunehmend von Laientum abgelöst wird?

³⁸⁹ Vgl. Nobel: Verflachung der publizistischen Fotografie, 4-6.

³⁹⁰ Hatcher, Lina/Itzek, Johanna/Schröter, Gesine: Saddam am Galgen. In: Message, Nr. 2, 2007, S. 26-27, hier S. 26.

³⁹¹ Vgl. Hatcher/Itzek/Schröter: Saddam am Galgen, S. 26.

³⁹² Vgl. ebda, S. 127-128.

³⁹³ Ebda, S. 128.

³⁹⁴ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 128.

8.5 Trend zur Deprofessionalisierung?

„Das Auftreten der knipsenden ‘Leserreporter’, Amateure, die [...] auf Bilderjagd gehen, wirft die Frage auf, was die Qualität und die Leistung des Fotojournalismus eigentlich ausmacht“³⁹⁵, schreibt Lauber in diesem Zusammenhang. Dabei geht es offenbar nicht mehr nur alleine um das viel zitierte handwerkliche Können und Fachkompetenz, sondern auch – oder gerade – um Leistungen und Aufgaben des Fotojournalismus im Hinblick auf die öffentliche Information und Meinungsbildung im Kontext journalistischer Berichterstattung.³⁹⁶ „Die Diskussion über mögliche Entgrenzungen und Deprofessionalisierungsprozesse macht deutlich“, so heißt es bei Lauber weiter, „dass vom Fotojournalismus mehr erwartet wird als gut erzählte Bildgeschichten oder ästhetische Aufnahmen – und dass der Fotojournalismus dies ebenfalls so sieht, wenn er jene Entgrenzung anklagt.“³⁹⁷

Die Digitalisierung brachte nämlich nicht nur die weiter oben genannten (eher) „technischen“ Umbrüche³⁹⁸ mit sich, die ja – sieht man vom wachsenden Archivierungsaufwand und den kürzeren Verfallszeiten einmal ab – gerade dafür mitverantwortlich zu sein scheinen, dass der Trend überhaupt in Richtung Amateur-Fotografen geht: Handwerkliche Vereinfachung und Automatisierung, die Möglichkeit, in kurzer Zeit eine Unmenge an verschiedenen Aufnahmen von einem Motiv zu produzieren, der unmittelbare Transport des Bildes mit nur einem Klick, die einfache Bearbeitung des Bildmaterials und die Industrialisierung der Pressefotografie. Im Fahrwasser dieser technisch bedingten Veränderungen zieht die Digitalisierung darüber hinaus noch tiefer greifende Veränderungen nach sich, die sich nicht nur auf das journalistische Produkt, sondern auf den gesamten Berufsstand der Fotojournalisten auszuwirken scheinen. Diese Auswirkungen werden im Folgenden skizziert:

Erstens ist dies ein *Werteverfall des Produktes*. Denn dank der Digitalisierung gibt es nicht nur eine größere Menge an Fotografien innerhalb kürzerer Zeit von ein und demselben Ereignis, sondern auch von überall her mehr Fotografien von beinahe jedem x-

³⁹⁵ Lauber: Bildjournalisten – die modernen Missionare, S. 165-166.

³⁹⁶ Vgl. ebda, S. 166.

³⁹⁷ Ebda.

³⁹⁸ Vgl. dazu Kapitel 8.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

beliebigen Ereignis. Diese Abwertung durch massenhafte Verbreitung und Standardisierung steht im Widerspruch zum allgemeinen Trend zur Visualisierung und der damit verbundenen Aufwertung des Bildes.³⁹⁹ Durch diesen Widerspruch sehen Grittmann, Neverla und Ammann die *Profession im Spannungsfeld zwischen Auf- und Abwertung*:

Einerseits ist und bleibt der Fotojournalismus eine Profession, die journalistische Fachkompetenz, technisches Wissen, handwerkliches Können und Erfahrung sowie ästhetisches Empfinden erfordert, und somit Ausbildung und Erfahrungswissen, also Professionalität bedingt. Andererseits sind aber auch Tendenzen der Deprofessionalisierung unübersehbar. Die vormals gegebene Ganzheitlichkeit und Verfügungsmacht der fotojournalistischen Arbeit ist unterminiert, indem Zuständigkeit und Kompetenz der Auswahl von Bildern mehr und mehr in die Redaktionen verlagert wird. Die Möglichkeit und Bedeutung der Laienfotografie und deren Einbindung in die Pressefotografie bildet einen weiteren Indikator für die Tendenz der Deprofessionalisierung.⁴⁰⁰

Eine weitere Folge ist die Entwicklung neuer *berufspolitischer Organisationen*. demnach hat die neue Unübersichtlichkeit dieses Arbeitsmarktes neue Zusammenschlüsse zur Folge, welche die Qualität von professionellem Fotojournalismus kenntlich machen und betonen sollen.⁴⁰¹ Nicht zuletzt macht sich durch die Möglichkeiten der Digitalisierung ein allgemeiner *Manipulationsverdacht* bemerkbar, der alle Bildproduzenten – egal ob Profi oder Laie – zu treffen scheint. Der Grund hierfür liege auch in der Tatsache begründet, dass die digitale Technik sowohl beim Bildproduzenten als auch innerhalb der Redaktionen die Bildbearbeitung ermöglicht, deren erlaubte Grenzen schwierig abzustecken und deren Grauzonen groß sind.⁴⁰²

Die Entwicklung zur Deprofessionalisierung hat nun also einerseits berufspolitische Neuerungen zur Folge, die der Deprofessionalisierung entgegenwirken wollen, andererseits stehen durch die Möglichkeiten der Digitalisierung nun aber scheinbar sowohl jeder Profi als auch jeder Amateur unter Generalverdacht, Bilder manipuliert zu haben – schlichtweg weil es jeder kann. Was bedeutet dies nun für den professionellen Fotojournalismus und welche konkreten Folgen hat dies für die Profession? Der „Nieder-

³⁹⁹ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 23.

⁴⁰⁰ Ebda.

⁴⁰¹ Vgl. ebda.

⁴⁰² Vgl. ebda.

gang des professionellen Fotojournalismus“⁴⁰³ wurde in diesem Zusammenhang bereits vor einigen Jahren prognostiziert. Ist es also ratsam, diese journalistische Darstellungsform aus professioneller Hand und immer häufiger in die Hände von Laien zu geben? Die Frage, wie Redaktionen mit der Gefährdungslage umgehen, dass man sich über die Echtheit von Amateuraufnahmen immer weniger sicher sein kann, bleibt dabei weiterhin bestehen. Denn wie Griffin betont nehmen „die meisten populären Medien das Bildmaterial unhinterfragt für bare Münze.“⁴⁰⁴ An dieser Stelle scheint sich ein Widerspruch zwischen Theorie und Praxis abzuzeichnen: „Anerkannte journalistische Standards sollten angewendet werden. Fraglich ist nur, ob dies auch tatsächlich passiert und ob die vorhandenen Standards in Anbetracht der aktuellen technologischen Entwicklung noch ausreichend sind.“⁴⁰⁵

Auch die potenziellen Folgen einer zunehmenden medialen Verwendung von Amateuraufnahmen dürfen nach Griffin nicht unbeachtet bleiben: Vor allem populäre Medien „ignorieren [...] die möglichen Konsequenzen, die sich daraus ergeben, dass Schnappschüsse an die Stelle von professionellem Fotojournalismus treten.“⁴⁰⁶ Die Frage, was es für das journalistische Foto bedeutet, wenn Bildredakteure dieses Gestaltungsmittel immer weiter aus der Hand geben, ist noch nicht abzusehen. Fakt ist, dass Laienaufnahmen in der Regel keinen journalistischen Qualitätsmaßstäben unterliegen. Die Prüfung solcher Bilder ist also nicht nur aufgrund der Fülle des abgelieferten Materials schwierig, sondern eben gerade auch deshalb, weil nicht angenommen werden kann, dass sich Laien an den Standards journalistischer Praxis orientieren, wie Neuberger betont.⁴⁰⁷ Leidet langfristig also die Qualität des Fotojournalismus darunter, wenn Amateuraufnahmen den Platz von professionellen Bildern in den Medien einnehmen? Lediglich in einer Fußnote weist Büllsbach auf ein Problem hin, das im Hinblick auf die Überprüfbarkeit der Herkunft und Authentizität eines Laienfotos gesehen wird: Erwähnt werden muss demnach auch,

⁴⁰³ Neuberger: Durchmarsch der Amateure, S. 42.

⁴⁰⁴ Griffin: Keine Bilder – kein Skandal, S. 26.

⁴⁰⁵ Hatcher/Itzek/Schröter: Saddam am Galgen, S. 27.

⁴⁰⁶ Griffin: Keine Bilder – kein Skandal, S. 26.

⁴⁰⁷ Vgl. Neuberger: Durchmarsch der Amateure, S. 42.

dass die Problematik der Amateurfotos auch für die Bildverwender [und dies betrifft auch oder gerade die für die Bildauswahl zuständigen Redakteure; Anm. d. Verf.] neue Probleme offenbart. Viel mehr als je zuvor spielt die Überprüfung der Bildquelle eine Rolle. Umgekehrt sollten Bildanbieter wie Datenbankbetreiber und Agenturen über Möglichkeiten der Qualitätssicherung in Form von Gütesiegeln nachdenken.⁴⁰⁸

Primär geht es hier um das journalistische Selbstverständnis und darum, wer tatsächlich ein *professioneller* Journalist ist und wer eben nicht. Hierbei reiche eine Differenzierung nach dem Einkommen bzw. in Haupt- und Nebenberuf bei weitem nicht aus. Professionalität lasse sich vielmehr an der Anerkennung berufsethischer und qualitativer Normen festmachen. Und auch nur so könne einer drohenden Deprofessionalisierung entgegengewirkt werden.⁴⁰⁹

Die oben dargestellte Professionalitätsdebatte führt das Thema also unweigerlich hin zu einer Auseinandersetzung mit journalistischer Qualität. Unabhängig davon, welche Definition der Primärfunktion des Journalismus als Basis dient: Laut Bucher und Altmeyen setzt öffentliche Kommunikation grundlegend voraus, dass relevante Informationen in ausreichender Form, verlässlich und wahrhaftig und auf eine verständliche Art und Weise bereitgestellt werden.⁴¹⁰ Und: „Wer journalistisch handelt, legt sich auf die Einhaltung bestimmter Prinzipien fest, ohne die journalistisches Handeln nicht möglich ist.“⁴¹¹ Welche Prinzipien dies im Kontext der allgemeinen Funktionen der Massenmedien sind, was die Maßstäbe von Qualität bedingen und welche Rolle Professionalität bei all dem spielt, beleuchten die folgenden Kapitel.

⁴⁰⁸ Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 128.

⁴⁰⁹ Vgl. ebda, S. 129.

⁴¹⁰ Vgl. Bucher, Hans-Jürgen/Altmeyen, Klaus-Dieter: Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: 2003, S. 22.

⁴¹¹ Ebda.

9. Qualität im Bildjournalismus

Wie Maurer und Reinemann herausstreichen, ist die Diskussion um die Qualität von Medieninhalten so alt wie die Medien selbst und hat auch aus heutiger Sicht nichts von ihrer Aktualität verloren. Sowohl Fragen nach der Qualität „der Medien“ an sich als auch der Qualität verschiedener Mediengattungen, -formate oder -inhalte führen weiterhin zu Auseinandersetzungen unter Journalisten, Wissenschaftlern und Mediennutzern.⁴¹² Dies verwundert kaum, denn „immer wenn es darum geht, ob Medieninhalte ausgewogen, angemessen, emotionalisiert, neutral, objektiv, realitätsgerecht, rechtmäßig, relevant, sachlich richtig, seriös, unabhängig, verständlich oder vielfältig sind, geht es im Grunde um Qualitätsfragen.“⁴¹³ Gerade auch im Hinblick auf den zunehmenden ökonomischen Druck, dem sich Medienhäuser gegenüber sehen, tritt die Frage in den Fokus, wie trotz steigenden Kostenzwangs die Qualität medialer Inhalte aufrecht erhalten werden kann.⁴¹⁴ Dieser Aspekt sollte auch im Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit im Hinterkopf behalten werden, da angenommen werden kann, dass Redaktionen im Tagesgeschäft häufig sowohl mit finanziellem als auch zeitlichem Druck konfrontiert zu kämpfen haben, worunter die Professionalität und damit auch die Qualität des journalistischen Produktes allerdings nicht leiden sollte – und dies gilt auch für den Bildjournalismus.

Beschäftigt man sich mit der Frage, was Qualitätsjournalismus und qualitative Berichterstattung nun eigentlich sei, so kommt man aber kaum um die Frage nach der *grundlegenden Funktion* von massenmedialer Berichterstattung herum. Denn woran soll sich das Erfüllen bestimmter Kriterien – egal ob im Journalismus im Allgemeinen oder im Bildjournalismus im Speziellen – messen lassen, wenn nicht vorher eine klare Aufgabe definiert wurde? Aus diesem Grund werden nachfolgend die allgemeinen Funktionen der Massenmedien angerissen, um hier eine fundierte theoretische Basis zu liefern.

⁴¹² Vgl. Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten: Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden: 2006, S. 28.

⁴¹³ Ebda.

⁴¹⁴ Vgl. ebda.

9.1 Allgemeine Funktionen der Massenmedien

Der Begriff „Funktion“ wird häufig problematisch verwendet. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass damit immer eine Art von Wirkung bezeichnet wird – und im Zusammenhang mit massenmedialer Kommunikation werden damit jene Leistungen bezeichnet, die ein Medium für ein Gesellschaftssystem erfüllt, in den Fokus gerückt. Die Frage nach den Funktionen bzw. Leistungen der Massenmedien im Allgemeinen geht auf das Denken der funktional-strukturalistischen Systemtheorie zurück. In diesem Denksammenhang ist ein soziales System stets als ein System von Handlungen zu begreifen. Sein Bestand hängt dabei von seiner Anpassungsfähigkeit an sich veränderte Umweltbedingungen ab. Manche Handlungen können in diesem Zusammenhang anpassungsfördernde oder aber auch –hinderliche Konsequenzen nach sich ziehen.⁴¹⁵ Solche Handlungen, welche die Anpassung eines bestimmten Systems an seine Umwelt fördern, sind *funktionale* Leistungen (*Funktionen*). Jene, die Folgen nach sich ziehen, welche die Anpassungsfähigkeit beeinträchtigen bzw. verringern, werden dementsprechend als *dysfunktionale* Leistungen (*Dysfunktionen*) bezeichnet.⁴¹⁶

Wenn von den Funktionen der Massenmedien in westlichen Industriegesellschaften die Rede ist, so geht es also „um jene Konsequenzen, der dieses System konstituierenden (kommunikativen) Handlungen, welche die Anpassungsmöglichkeiten an seine Umwelt, d.h. an die jeweilige Gesellschaft fördern.“⁴¹⁷ Auch der Blickwinkel, d.h. der jeweilige funktionale Bezugsrahmen, von dem aus man das System betrachtet, bestimmt die Art der Funktionen des Systems Massenkommunikation bzw. die Qualität dieser Funktionen mit. Hier sind drei Perspektiven bedeutsam, von denen jeweils bestimmte Leistungen der Massenmedien erwartet bzw. angenommen werden: sozial, politisch und ökonomisch.⁴¹⁸ Nachfolgende Darstellung, die im Anschluss näher erläutert wird, veranschaulicht dies:

⁴¹⁵ Vgl. Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 379-381.

⁴¹⁶ Vgl. ebda, S. 381.

⁴¹⁷ Ebda, S. 382.

⁴¹⁸ Vgl. ebda, S. 382-383.

FUNKTIONEN DER MASSEN MEDIEN		
soziale	politische	ökonomische
o Informationsfunktion		
o Sozialisationsfunktion	o Herstellen von Öffentlichkeit	o Zirkulationsfunktion
o soziale Orientierungsfunktion	o Artikulationsfunktion	+ Wissensvermittlung
o Rekreationsfunktion (Unterhaltung, Eskapismus)	o politische Sozialisationsfunktion bzw. Bildungsfunktion	+ Sozialtherapie
o Integrationsfunktion	o Kritik- und Kontrollfunktion	+ Legitimationshilfe
		o regenerative Funktion
		o herrschaftliche Funktion
soziale	politische	ökonomische
GESELLSCHAFTLICHES SYSTEM		

Abbildung 11: Funktionen der Massenmedien⁴¹⁹

Versteht man unter „Sozialisation“ eine das gesamte Leben andauernde Form des soziokulturellen Werdens eines Menschen, so spielen Massenmedien durch ihre Selbstverständlichkeit im Alltag der Menschen eine nicht zu unterschätzende Rolle. Ihre *Sozialisationsfunktion* nehmen Massenmedien durch – wie Saxer sie nennt – „kulturelle Transmissionsleistungen“⁴²⁰ wahr, die „vor allem nach den Fertigkeiten und Normen, die durch sie den Rezipienten vermittelt werden“⁴²¹ zu bemessen sind. Einerseits erziehen Massenmedien *zur* Kultur, indem sie Lehr- und Bildungsinhalte vermitteln, andererseits erziehen sie *durch* ein kulturell breites Angebot. Sie prägen so nicht nur Leitbilder und vermitteln Werte, Normen und Verhaltensweisen, sondern können auch Einfluss auf den sozialen Wandel nehmen.⁴²² Eine weitere Sozialisationsfunktion ist jene der *sozialen Orientierung*. Damit ist gemeint, dass die Massenmedien dabei helfen, uns in einer immer komplexer werdenden Welt zurechtzufinden. Durch das Bereitstellen von Informationen und Details liefern sie Hilfe bei der Lösung von Proble-

⁴¹⁹ Vgl. Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 382.

⁴²⁰ Vgl. Saxer, Ulrich: Funktionen der Massenmedien in der modernen Gesellschaft. In: Amiot-Priso, Daniel: Medienforschung. Berlin: 1974, S. 22-33, hier S. 31.

⁴²¹ Ebda.

⁴²² Vgl. ebda.

men, die überhaupt erst in hochdifferenzierten Gesellschaftsformen entstanden sind.⁴²³ Die dritte soziale Funktion der Massenmedien ist die *Rekreatationsfunktion*, die auch als Eskapismus- oder Gratifikationsfunktion bezeichnet wird. Gemeint ist damit eine Art Entlastung oder Flucht aus dem Alltag.⁴²⁴ Als vierte und letzte soziale Funktion wird die *Integrationsfunktion* genannt. Demnach steuern Massenmedien dem Auseinanderklaffen differenzierter Gesellschaftssysteme entgegen. Diese Funktion erfüllen sie vor allem dann, wenn sie gesellschaftlich anerkannte Denk- und Verhaltensmuster sowie Status- und Rollenbilder vermitteln und Massenloyalität für die Geltung der geltenden Normen und Werte herstellen.⁴²⁵

Auf *politischer Ebene* obliegt den Massenmedien die Aufgabe der *Herstellung von Öffentlichkeit*, indem sie überhaupt erst einen Raum dafür herstellen. Laut Burkart ent- und besteht Öffentlichkeit heute vor allem dadurch, dass die Massenmedien Informationen öffentlich zugänglich machen und so eine mehrheitliche Meinungsbildung in einer Demokratie ermöglichen.⁴²⁶ Damit zusammen hängt auch die *Artikulationsfunktion*, weil Medien gleichzeitig als Sprachrohr für *alle* demokratisch anerkannten Parteien oder Interessengruppen dienen. Dabei fungieren Journalisten als Übersetzer bzw. Vermittler.⁴²⁷ Zudem nehmen Massenmedien eine *politische Sozialisationsfunktion* ein, indem sie das unübersichtliche politische System und politische Rollen transparent machen und die aktive Teilnahme am politischen Geschehen ermöglichen. Davon kaum zu trennen ist die *politische Bildungsfunktion*, da die Massenmedien einen entscheidenden Beitrag dazu leisten, Staatsbürger herauszubilden, die Informationen und Zusammenhänge verstehen können und so die Chance haben, am politischen Geschehen aktiv teilzunehmen.⁴²⁸ Die *Kritik- und Kontrollfunktion* bezeichnet die Möglichkeit und Fähigkeit für die Mitglieder einer Gesellschaft, an (politischen) Machträgern Kritik üben zu können – ein zentrales Kennzeichen von Demokratien.⁴²⁹

⁴²³ Vgl. Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 385-386.

⁴²⁴ Vgl. ebda, S. 387.

⁴²⁵ Vgl. ebda, S. 387-388.

⁴²⁶ Vgl. ebda, S. 391.

⁴²⁷ Vgl. ebda, S. 393-394.

⁴²⁸ Vgl. ebda, S. 394-395.

⁴²⁹ Vgl. ebda, S. 395.

Aus *ökonomischer Perspektive* ist die *Zirkulationsfunktion* der Massenmedien zu nennen, wonach Medien die Ware-Geld-Beziehung unterstützen. Damit hängen weitere Funktionen eng zusammen, mit denen Massenmedien das kapitalistische Wirtschaftssystem stabilisieren: Erstens wollen Rezipienten entscheidungskompetent und handlungsrelevant informiert werden (*Wissensvermittlung*), zudem wollen sie Kompensations- und Entlastungsmöglichkeiten aufgezeigt (*Sozialtherapie*) und Anhaltspunkte dafür geliefert bekommen, wie Situationen gedeutet und bewertet werden sollen (*Legitimationshilfe*).⁴³⁰ Insgesamt fördern diese Faktoren durch ihre *rekreative Funktion* die Stabilisierung des gesellschaftlichen Zustands. Wie Burkart es ausdrückt erhält die Masse der arbeitenden Bevölkerung nach dem bekannten Spruch „Brot und Spiele“ so gesehen genau das Maß an Gratifikation, das notwendig ist, um sie motiviert und entspannt erneut an die Arbeit gehen zu lassen. Durch die Propagierung und Legitimierung des gesellschaftlichen Organisationsprinzips lässt sich hier deshalb auch von einer *herrschaftlichen Funktion* der Medien sprechen.⁴³¹

Zuletzt sei noch die *Funktion der Information* zu nennen, die eine besondere und eine übergeordnete Rolle spielt. Information meint hier das Beseitigen oder Verringern von Unkenntnis. Demnach hängt die Tatsache, ob eine Mitteilung informativ ist oder nicht, auch vom Wissensstand des jeweiligen Empfängers der Mitteilung ab.⁴³² Eine besondere Bedeutung im massenmedialen Informationsprozess hat die *Qualität der Erfahrung*, welche zum Gewinn von Informationen führt. So kann es sich zum einen um eine *Primärerfahrung* handeln, die durch den direkten Umgang mit den Dingen zur Verringerung von Unkenntnis führt, oder die Information wird über Kommunikation, d.h. über Symbole vermittelt. Hier spricht man von einer *Sekundärerfahrung*. Gerade die Informationsvermittlung durch Massenkommunikation vollzieht sich über derartige Sekundärerfahrungen.⁴³³

Im Hinblick auf derartige Funktionen der Massenmedien lassen sich nun folgende Ansprüche an die Qualität der Informationsvermittlung ableiten: *Vollständigkeit, Objektiv-*

⁴³⁰ Vgl. Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 399.

⁴³¹ Vgl. ebda, S. 401-402.

⁴³² Vgl. ebda, S. 402-403.

⁴³³ Vgl. ebda, S. 404.

vität und *Verständlichkeit*. Gerade letztere kann als Grundvoraussetzung des Nachrichtenvermittlungsprozesses gesehen werden, denn Probleme und Ereignisse sollen schließlich auch für nicht Sachkundige nachvollziehbar dargestellt werden, um auch ihnen die Teilnahme an demokratisch organisierten Gesellschaftssystemen und an ihren politischen Prozessen zu ermöglichen. Gleichzeitig darf es allerdings nicht zu einer zu starken Vereinfachung oder Verfälschung der vermittelten Inhalte kommen.⁴³⁴ Durch die Komplexität der Wirklichkeit kann es sich beim Terminus Vollständigkeit jedoch immer nur um eine Annäherung an die Realität handeln.⁴³⁵ Die Forderung nach *objektiver* Informationsvermittlung hängt damit ebenfalls eng zusammen – was aber keineswegs *wertfrei* meine. Auch vermittelt der Ausdruck nur auf den ersten Blick das Fehlen von Subjektivität, ist doch keine Nachrichtenauswahl gänzlich frei von subjektiven Entscheidungen. Das Objektivitätspostulat kann daher nur den Willen zu einer möglichst unverzerrten und maßgerecht verkürzten Darstellung der Wirklichkeit aus möglichst vielen Blickwinkeln bedeuten.⁴³⁶

9.2 Was ist Qualitätsjournalismus?

Um die Qualität von Medienangeboten beurteilen zu können, muss zunächst geklärt werden, was eigentlich unter „Qualität“ verstanden werden kann. Bei dem Begriff handelt es sich um einen schillernden Ausdruck, der sich nur schwer eindeutig bestimmen lässt und über den noch immer diskutiert wird.⁴³⁷ Häufig genannte Schlagworte, was journalistische Qualität sei, sind sprachliche Qualität, Schnelligkeit der Berichterstattung, Klarheit der Information, Belegbarkeit, Trennung von Information und Meinung, Befähigung der Leser zur Urteilsbildung; daneben auch: Vielfalt, Glaubwürdigkeit sowie die Erläuterung des sozialen Kontextes, Rücksichtnahme auf die Vermittlungsweise; zudem: umfassende Information, Wächterfunktion, kritische Sichtweise, Angemessenheit der Darstellung; aber auch: die Forderung nach Wahrheit bzw. Objek-

⁴³⁴ Vgl. Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 411-412.

⁴³⁵ Vgl. ebda, S. 407-408.

⁴³⁶ Vgl. ebda, S. 408-411. Zur Auswahl von Ereignissen für die Nachrichtengebung vgl. außerdem Kapitel 5 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁴³⁷ Vgl. Maurer/Reinemann: Medieninhalte, S. 28-29.

tivität.⁴³⁸ Diese Stichworte helfen zwar, das Problemfeld einzukreisen und geben wohl einen Rahmen vor, doch sind sie für Russ-Mohl unbefriedigend, da sich von ihnen kaum konkrete Handlungsanweisungen ableiten lassen.⁴³⁹ Aus diesem Grund lautet sein viel zitiertes Fazit: „Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln.“⁴⁴⁰ Auch hinsichtlich der Definition und Unterscheidung verschiedener Qualitätsdimensionen ergeben sich zahlreiche Probleme. Zu diesem Thema liegen in der Literatur verschiedenste Vorschläge zur Zusammenfassung bzw. Systematisierung vor. In der Regel liegt der Schwerpunkt der Betrachtung auf den Medieninhalten, die im Kontext ihrer *öffentlichen Aufgabe* stehen, d.h. also ihrer Funktion als meinungsbildendes Medium innerhalb der Gesellschaft.⁴⁴¹

9.2.1 Dimensionen von Qualität

Die Dimensionen von Qualität lassen sich – wie etwa bei Schatz und Schulz – in fünf Kategorien einteilen: Diese sind *Vielfalt*, *Relevanz* und *Professionalität* sowie *Akzeptanz* und zuletzt *Rechtmäßigkeit*.⁴⁴² *Akzeptanz* und *Rechtmäßigkeit* sind in diesem Kontext eher zweitrangig, da erstere lediglich aus Zuschauerperspektive beurteilt werden kann – also beispielsweise durch die Ermittlung des Zuschauererfolgs – und *Rechtmäßigkeit* auf medienrechtliche Fragen abzielt.⁴⁴³ Beide spielen im Kontext der vorliegenden Masterarbeit keine Rolle und werden deshalb hier nicht weiter ausgeführt. Anders die Dimensionen *Relevanz*, *Vielfalt* und *Professionalität*, denen nicht nur für Maurer und Reinemann eine besondere Bedeutung zufällt. Zwar sind die Kategorien analytisch zu trennen, doch sei diese Trennlinie nicht scharf. Auch praktisch hängen sie durchaus zusammen.⁴⁴⁴

⁴³⁸ Vgl. Russ-Mohl, Stephan: Am eigenen Schopfe... Qualitätssicherung im Journalismus. Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Publizistik, Bd. 37, Nr. 1, 1992, S. 83-96, hier S. 84.

⁴³⁹ Vgl. ebda, S. 85.

⁴⁴⁰ Ebda.

⁴⁴¹ Vgl. Maurer/Reinemann: Medieninhalte, S. 28-29.

⁴⁴² Vgl. Schatz, Heribert/Schulz, Winfried: Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, 1992, S. 690-712.

⁴⁴³ Vgl. Maurer/Reinemann: Medieninhalte, S. 29.

⁴⁴⁴ Vgl. ebda, S. 29-30.

Laut Maurer und Reinemann ist für die Qualität von Medienangeboten in erster Linie die Dimension *Relevanz* entscheidend: „Es geht dabei um die Frage, ob Journalisten die wichtigen Ereignisse und Themen aus der Fülle der Informationen für eine Veröffentlichung auswählen. Relevanz ist also das Schlüsselkriterium zur Beurteilung journalistischer Auswahlentscheidungen.“⁴⁴⁵

Die Dimension *Vielfalt* bezieht sich zunächst ganz allgemein auf die Breite des jeweiligen Medienangebots. Von dieser *inhaltlichen* Vielfalt lässt sich eine *strukturelle* Vielfalt abgrenzen. Diese bezieht sich beispielsweise darauf, wie viele unterschiedliche journalistische Darstellungsformen, Programm- und Sendungstypen oder Genres existieren. Aus gesellschaftlicher Sicht ist aber insbesondere der Aspekt der inhaltlichen Vielfalt interessant. Diese lässt sich etwa daran messen, wie viele verschiedene Kulturen, Lebensbereiche, Regionen, aber auch politische und gesellschaftliche Interessen oder Quellen in der medialen Berichterstattung vorkommen. Vielfalt meint aber wie gesagt lediglich die inhaltliche Breite. Wenn es darum geht, wie viele verschiedene *Ansichten* zu einem Thema präsentiert werden, betrifft dies die *Ausgewogenheit* – die von Maurer und Reinemann allerdings der Dimension *Professionalität* zugeordnet wird.⁴⁴⁶ Diese wird im Folgenden näher erläutert, da erst sie die eigentliche Grundlage für qualitativen Journalismus liefert.

9.2.2 Professionalität als Grundvoraussetzung für Qualität

Die *Professionalitäts*-Dimension bezieht sich schließlich „auf die Art der Selektion, Aufbereitung und Präsentation [...] entlang anerkannter – journalistischer – Arbeitsregeln [...]“. ⁴⁴⁷ Von *gestalterischer* bzw. *formaler Professionalität*, die sich auf die stilistische, sprachliche und/oder künstlerische Umsetzung bezieht, lässt sich Professionalität auf *inhaltlicher Ebene* unterscheiden. Diese kann wiederum in *analytische* und *deskriptive Professionalität* unterteilt werden. *Analytische* Qualität meint sowohl das Ausmaß, in dem Sachverhalte in den Medien kritisch hinterfragt bzw. erklärt werden, als auch die

⁴⁴⁵ Maurer/Reinemann: Medieninhalte, S. 30. Vgl. zur Selektion von Themen auch Kapitel 2.3.1 und insbesondere Kapitel 2.3.1.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁴⁴⁶ Vgl. Maurer/Reinemann: Medieninhalte, S. 30.

⁴⁴⁷ Fahr, Andreas: Katastrophale Nachrichten? Eine Analyse der Qualität von Fernsehnachrichten. München: 2001, S. 20.

Komplexität und logische Stringenz der Argumentation. Während sich die *analytische Professionalität* demnach vor allem auf die Kritik- und Kontrollfunktion der Medien bezieht, verweist die *deskriptive Professionalität* auf ihre Vermittlungsfunktion. *Deskriptive Professionalität* fragt danach, inwieweit Sachverhalte so wiedergegeben oder erklärt werden, dass den Rezipienten eine eigenständige Meinungsbildung ermöglicht wird. Hierbei ist zum einen die *Unparteilichkeit* von Inhalten (Neutralität, Ausgewogenheit), zum anderen die *Sachgerechtigkeit* (Aktualität, Vollständigkeit, Richtigkeit), zu berücksichtigen.⁴⁴⁸

Von den drei Qualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt und Professionalität nimmt letztgenannte eine Sonderstellung ein: „Die Professionalität ist im Grunde der umfassendste Aspekt, da man die Relevanz und Vielfalt der medialen Angebote auch als Ergebnis professionellen Handelns verstehen kann“⁴⁴⁹, so Maurer und Reinemann. Dabei „erscheint Professionalität als *die* notwendige, wenn nicht sogar hinreichende Bedingung für [...] Qualität [...].“⁴⁵⁰ Professionalität ist für Fahr also erst die Voraussetzung für Objektivität, die durch Ausgewogenheit, Neutralität, Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit zustande kommt.⁴⁵¹

Wie bereits oben erwähnt, existiert allerdings nicht nur ein mögliches und richtiges Qualitätsraster. Ein anderes legt etwa Rager mit den Dimensionen *Aktualität*, *Relevanz*, *Richtigkeit* und *Vermittlung* vor.⁴⁵² *Aktualität* lasse sich daran bemessen, wie schnell ein Medium auf ein Ereignis reagiert. Aktuell ist, was neu oder noch nicht hinlänglich bekannt ist. Durch die Medien kann Aktualität für ein Thema allerdings auch erst geschaffen werden – hier spricht man von latenter Aktualität. *Relevanz* bezieht sich auf die Bedeutsamkeit eines Ereignisses an sich. Sie ist das Schlüsselkriterium, um die Qualität von Selektionsentscheidungen beurteilen zu können. Bei der *Richtigkeit* geht es um wahrheitsgemäße, exakte und objektive Darstellung. Sie bemisst sich an intersub-

⁴⁴⁸ Maurer/Reinemann: Medieninhalte, S. 31.

⁴⁴⁹ Ebda.

⁴⁵⁰ Fahr: Katastrophale Nachrichten, S. 21.

⁴⁵¹ Vgl. ebda, S. 20-30.

⁴⁵² Vgl. Rager, Günther: Ethik – eine Dimension von Qualität? In: Brosda, Carsten/Schicha, Christian (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster: 2000, S. 76-89.

jektiver Nachprüfbarkeit (gemeint ist die Recherche aus mehreren Quellen), die Fundierung der Argumente (dies meint u.a. Quellentransparenz) und die Darstellung unterschiedlicher Positionen (hier spricht man von Vielfalt). Auch die angestrebte Vollständigkeit der Information gehört zur Kategorie Richtigkeit. Die *Vermittlung* bezieht sich auf das Anknüpfen an den Verstehens- und Erwartungshorizontes des Publikums, also das Herstellen von Bezügen zwischen den Kommunikatoren und Rezipienten. Dies umfasst beispielsweise die Wahl des angemessenen journalistischen Genres oder das Bemühen um Verständlichkeit der Darstellung.⁴⁵³ Selbst wenn Rager bei dieser Einteilung – wie gesagt – ein anderes Raster zugrunde legt: Auch er betrachtet Professionalität nicht als ein Qualitätskriterium unter anderen, sondern – wie Maurer und Reine mann – als eine *Grundkategorie*, die Qualität überhaupt erst ermöglicht.⁴⁵⁴ So heißt es dazu: „Die Voraussetzung für journalistische Qualität ist wiederum professionelle journalistische Produktion [...].“⁴⁵⁵

Grundsätzlich lässt sich also schlussfolgern, dass Qualität nicht ohne Professionalität möglich ist. Sie ist vielmehr unbedingte Voraussetzung dafür und kann weniger durch Vorschriften als vielmehr durch eine fundierte Ausbildung und Reflexion des eigenen Handelns gewährleistet werden: „In komplexen Systemen ist Qualitätssicherung [...] kaum durch Vorschriften und rigide Kontrollen zu erreichen, sondern primär durch Professionalisierung“,⁴⁵⁶ so Russ-Mohl in diesem Zusammenhang. „Professionalisierung wiederum fußt auf einer geregelten Aus- und Weiterbildung und nicht zuletzt auf einer ethischen Fundierung und Reflexion der Berufspraxis.“⁴⁵⁷ Und genau diese Professionalität im Bildjournalismus scheint nun möglicherweise durch den Vormarsch von Amateurfotografen gefährdet zu sein.

⁴⁵³ Vgl. Rager: Ethik – eine Dimension von Qualität, S. 80-83.

⁴⁵⁴ Vgl. ebda, S. 77.

⁴⁵⁵ Ebda.

⁴⁵⁶ Russ-Mohl: Am eigenen Schopfe, S. 92

⁴⁵⁷ Ebda.

9.2.3 Kategorien der Qualitätssicherung

Wie Russ-Mohl richtig konstatiert, sei zumindest eines sicher: „*Einen* Qualitätsmaßstab gibt es nicht. Qualität ist unter anderem abhängig vom Medium, der Zielgruppe, dem Genre und auch der Quellenlage. Sie ist aber auch abhängig von den Funktionen, die Journalismus erfüllen soll.“⁴⁵⁸ Die allgemeinen Funktionen der Medien wurden bereits im Vorfeld dargestellt.⁴⁵⁹ Die verschiedenen Variablen, von denen Qualitätsmaßstäbe im Journalismus abhängig sind, veranschaulicht die nachfolgende Abbildung nach Russ-Mohl. So nehmen beispielsweise das journalistische Selbstverständnis, die Art des Mediums, die definierten Funktionen, die Periodizität, das Publikum bzw. die Zielgruppe und das jeweilige Genre Einfluss darauf, wie Qualität zu definieren ist.

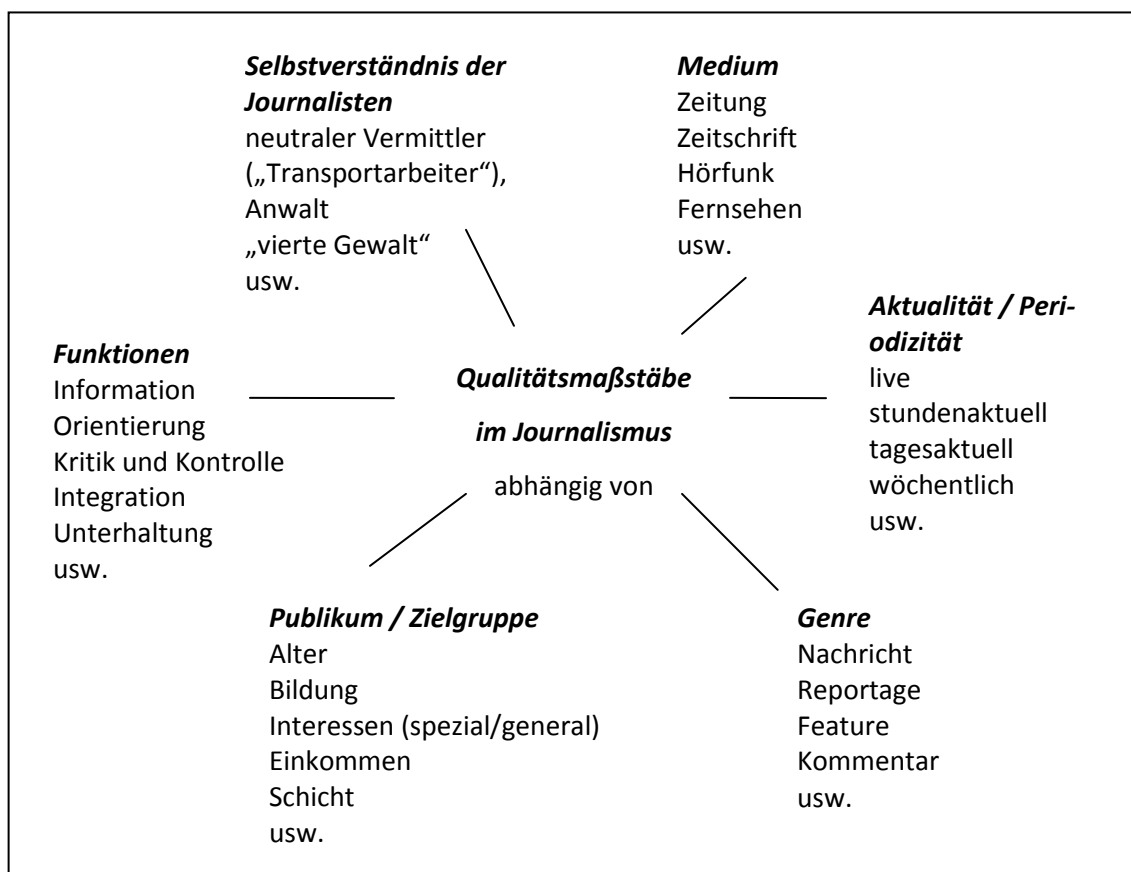


Abbildung 12: Qualitätsmaßstäbe als abhängige Variable⁴⁶⁰

⁴⁵⁸ Russ-Mohl: Am eigenen Schopfe, S. 85.

⁴⁵⁹ Vgl. Kapitel 9.1 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁴⁶⁰ Vgl. Russ-Mohl: Am eigenen Schopfe, S. 85.

Auch Meier streicht die Vielschichtigkeit des Qualitätsbegriffs und seine „Abhängigkeit“ von verschiedenen Variablen heraus:

Journalistische Qualität ist nicht absolut und statisch zu definieren, sondern hängt von verschiedenen Faktoren ab – beispielsweise vom Medientyp und der Zielgruppe. Die Qualitätskriterien des Informationsjournalismus beziehen sich auf das journalistische Handeln (z.B. Unabhängigkeit, Richtigkeit, Aktualität, Relevanz, Transparenz) oder auf das Produkt (z.B. Vielfalt, Unparteilichkeit, Verständlichkeit, Attraktivität). Sie können miteinander konkurrieren (z.B. Schnelligkeit mit Recherchequalität).⁴⁶¹

Die unterschiedlichen Faktoren und Ziele der Qualitätsbewertung werden auch über das unten abgebildete „magische Vieleck der Qualitätssicherung“⁴⁶² nach Russ-Mohl veranschaulicht. Zu beachten ist dabei, dass diese Kriterien zum Teil miteinander konkurrieren oder sich nicht gleichzeitig erreichen lassen – beispielsweise wenn zwischen Verständlichkeit und Exaktheit der Darstellung abgewogen werden muss.⁴⁶³

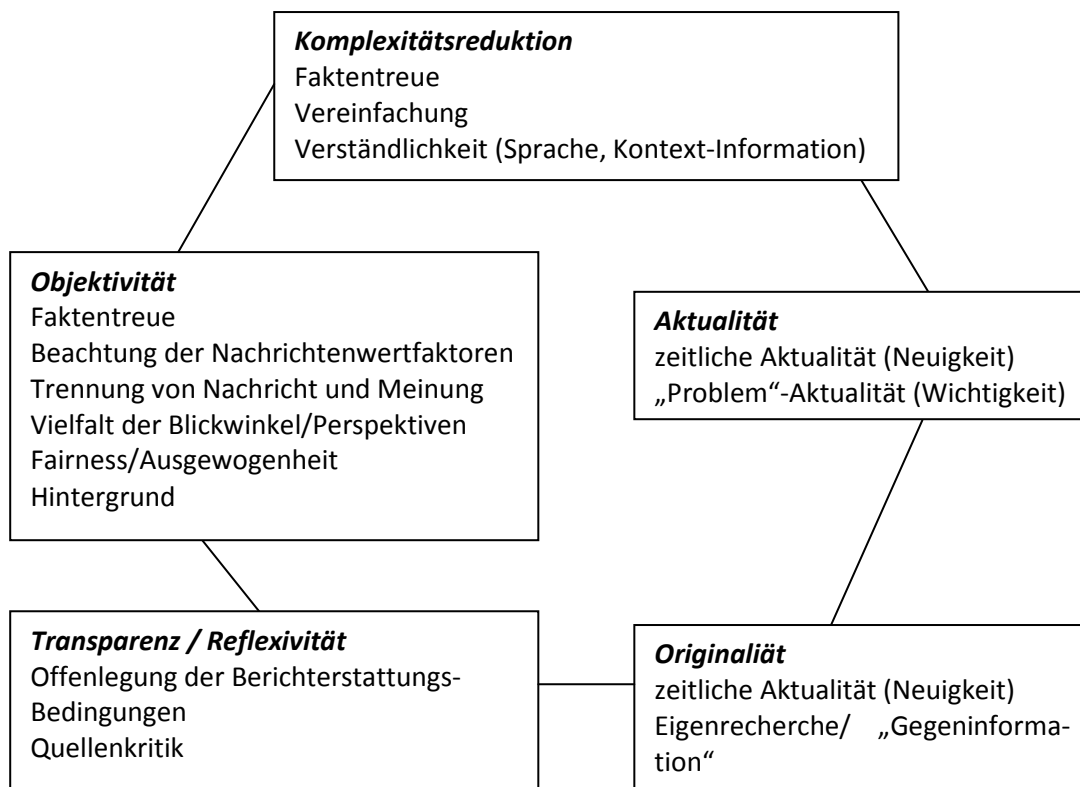


Abbildung 13: "Magisches Vieleck" nach Russ-Mohl⁴⁶⁴

⁴⁶¹ Meier: Journalistik, S. 232.

⁴⁶² Vgl. Russ-Mohl: Am eigenen Schopfe, S. 86.

⁴⁶³ Vgl. ebda, S. 86.

⁴⁶⁴ Ebda.

In einer späteren Darstellung von Held und Russ-Mohl wird dieses Vieleck nochmals leicht modifiziert.⁴⁶⁵ Wichtig erscheint es festzuhalten: „Jede Redaktion, die ernsthaft Qualitätssicherung betreiben möchte, muss sich erst einmal der Herausforderung stellen, im Blick auf ihre jeweiligen Zielgruppen und Rahmenbedingungen ihre eigenen Ziele und Prioritäten zu fixieren, und da kann das „magische Vieleck“ nicht mehr als eine Orientierungshilfe sein.“⁴⁶⁶ Dennoch lassen sich aus dem magischen Vieleck einige Anhaltspunkte ableiten, die im Folgenden skizziert werden.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass die Prüfung der Echtheit einer Meldung – und damit auch die Prüfung der Echtheit von Bildmaterial – an erster Stelle steht, um Qualität zu gewährleisten: „Im Bemühen um Schnelligkeit, darf die Richtigkeit nicht auf der Strecke bleiben. Eine Meldung sollte nur dann verbreitet werden, wenn es keinen Zweifel am korrekten Inhalt gibt: Get it first, but first get it right.“⁴⁶⁷ Aus diesem Grund ist Quellenkritik im Sinne einer kritischen Beurteilung von Inhalt und Absender der Quelle unabdingbar.⁴⁶⁸ Ganz besonders scheint dies auf Fotografien zuzutreffen, deren Ursprung und die Maßstäbe ihrer Entstehungsbedingungen eventuell fragwürdig sind.

Eine kritische Grundhaltung gegenüber (unsicheren) Quellen und das Heranziehen unterschiedlicher Quellen, um diese zu verifizieren oder gegebenenfalls auch zu falsifizieren, scheint eine der wichtigsten Methoden zu sein, um der Wahrheit einen Schritt näher zu kommen. Je mehr Quellen dieselbe Information bestätigen, desto sicherer kann sich ein Redakteur sein, dass sie stimmt.⁴⁶⁹ Der Quellenvergleich sei vor allem dann notwendig, wenn erstens die Fakten nicht gesichert sind, wenn es zweitens Widersprüche gebe oder drittens Zweifel an der Glaubwürdigkeit der Quelle bestünden; wenn viertens Ereignisse schwer zu überschauen seien oder auch wenn fünftens die subjektive Einschätzung des Redakteurs eine besondere Rolle spielt.⁴⁷⁰ Diese Punkte scheinen im Kontext von Amateurfotografien für die mediale Berichterstattung rele-

⁴⁶⁵ Vgl. Held, Barbara/Russ-Mohl, Stephan: Qualitätsmanagement als Mittel der Erfolgssicherung. In: Fasel, Christoph (Hrsg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. Konstanz: 2005, S. 49-63, hier S. 55.

⁴⁶⁶ Ebda.

⁴⁶⁷ Schwiesau/Ohler: Die Nachricht, S. 215.

⁴⁶⁸ Vgl. ebda, S. 214.

⁴⁶⁹ Vgl. ebda, S. 34.

⁴⁷⁰ Vgl. ebda, S. 34-35.

vant zu sein, weil sie durch ihre Laienhaftigkeit einerseits Authentizität vermitteln (d.h. glaubwürdig erscheinen), häufig aber Ereignisse dokumentieren, über die sich der Redakteur nicht selbst vor Ort ein Bild machen kann (zum Beispiel bei Aufnahmen aus entfernten Regionen) und somit die Fakten eventuell nicht gesichert sind. Laut Schwiesau und Ohler ist der Umgang mit Quellen gerade in Krisen und Kriegszeiten besonders schwierig.⁴⁷¹

Festzuhalten ist mit Meier in jedem Fall, dass „Qualität [...] nicht nur auf den Schultern einzelner Journalisten oder Redaktionen [lastet], sondern eine Vielzahl von Initiativen und Institutionen [...] in einem pluralistischen Prozess zusammenspielen [müssen], um Qualität im Journalismus zu stärken.“⁴⁷² *Transparenz* scheint allerdings ein Instrument zu sein, mit dem jeder einzelne Redakteur ein Stück weit zur Sicherung von Qualität beitragen kann – ganz besonders wenn es um den Umgang mit digitalen Amateurfotografien geht.

9.2.4 *Transparenz als Gebot der Stunde*

Im Hinblick auf mediale Transparenz fordert Russ-Mohl mehr „Offenheit in eigener Sache, sprich: Mehr Selbstbeobachtung, mehr Transparenz der Quellen und der eigenen Arbeitsbedingungen [...]“.“⁴⁷³ Oder anders gesagt: „Transparenz ist das Gebot der Stunde. Man kann alles machen, man muß (!) es nur dem Leser nachvollziehbar präsentieren.“⁴⁷⁴ Grundsätzlich sollte sich das Publikum laut Knieper stets in Erinnerung rufen, dass Medienbilder niemals die tatsächliche Wirklichkeit zeigen, sondern immer nur eine Interpretation eben dieser. Deshalb sollte sich der Journalismus zunächst von der Vorstellung verabschieden, tatsächlich ein spiegelbildliches Abbild der Welt liefern zu können. Zudem sollte qualitativ anspruchsvoller Journalismus zu den nun einmal vorhandenen Restriktionen stehen.⁴⁷⁵

⁴⁷¹ Vgl. Schwiesau/Ohler: Die Nachricht, S. 35.

⁴⁷² Meier: Journalistik, S. 232.

⁴⁷³ Russ-Mohl: Am eigenen Schopfe, S. 94.

⁴⁷⁴ Sachsse: Berufsethik, S. 88.

⁴⁷⁵ Vgl. Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 90.

Im Falle des Bildjournalismus bedeutet das, dass zumindest der Entstehungskontext (Produktionsbedingungen auf Seiten des Fotografen) und der Bearbeitungskontext (Entscheidungen in der Fotoredaktion) offen gelegt, also beschrieben werden müssen. Im Printbereich etwa kann das sowohl in der Bildunterschrift als auch im Artikel geschehen. Auf alle Fälle müssen hierbei Bild- und Textjournalismus zusammenarbeiten. Nur so hat der Betrachter die Chance, das Bild richtig einzuordnen. Synergieeffekt einer solchen Praxis dürfte sein, dass die Distribution von Medienbildern mit Täuschungsabsicht rasch abnehmen dürfte.⁴⁷⁶

Knieper hält in diesem Kontext allerdings fest, dass es sich hierbei noch um keine gängige Berufspraxis handelt. Aus diesem Grund sollten Rezipienten erstens stets systematisch hinterfragen, welche Personen an der Entstehung von Medienbildern beteiligt waren und zweitens, welche Wirkungsabsicht diese wohl verfolgen. Auch über Sehkonventionen, Arbeitsmaterialien, Kriterien der Professionalisierung und mediale Zwänge bei der Bildproduktion und Distribution sollten sich Bildbetrachter im Klaren sein.⁴⁷⁷ Problematisch scheint dies allerdings, wenn bereits der Bildredakteur bei den Entstehungshintergründen des Bildes möglicherweise ins Schwimmen gerät und auch über den Urheber einer Fotografie nicht Bescheid weiß. Vor allem dann, wenn Bilder aus privater und eventuell unsicherer Quelle stammen. Hier ist zum einen der Anspruch an Professionalität nicht gegeben, zum anderen ist nur schwer zu überprüfen, welche Wirkungsabsicht tatsächlich hinter einer Aufnahme steht. Deshalb sollten Bildredakteure nicht nur die eigene Arbeitpraxis offen legen, sondern auch – oder gerade – die Intention eines Bildes hinterfragen, das nicht im professionellen Kontext entstanden ist.

Auch die Offenlegung bzw. Thematisierung unsicherer Quellen kann zur guten Arbeitspraxis gezählt werden und könnte auch dazu beitragen, die Medienkompetenz des Publikums zu erhöhen, wie Knieper konstatiert: „Der Qualitätsjournalismus kann durch Offenlegung seiner Arbeitsbedingungen hierzu einen wertvollen Beitrag leisten.“⁴⁷⁸ Dies würde also auch bedeuten, dass bei der Verwendung von Amateuraufnahmen bei der Berichterstattung dementsprechend kenntlich gemacht werden müsste, dass es sich hierbei erstens um eine nicht-professionelle Aufnahme handelt und zweitens, dass

⁴⁷⁶ Knieper: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz, S. 90.

⁴⁷⁷ Ebda.

⁴⁷⁸ Ebda.

die Quellenlage oder die Authentizität des Fotos aus diesem Grund möglicherweise unklar ist. Fraglich ist und bleibt, inwiefern dies in der österreichischen Berichterstattung passiert und welche Richtlinien es im Umgang mit diesen Bildern gibt.

9.3 Richtlinien zum Umgang mit und zur Kennzeichnung von Fotografien

Nach geltendem Österreichischem Urheberrechtsgesetz⁴⁷⁹ genießt ein Werk „als Ganzes und in seinen Teilen urheberrechtlichen Schutz nach den Vorschriften dieses Gesetzes.“⁴⁸⁰ Werke im Sinne dieser Gesetzesvorschrift sind laut §1. (1): „eigentümliche geistige Schöpfungen auf den Gebieten der Literatur, der Tonkunst, der bildenden Künste und der Filmkunst.“⁴⁸¹ Fotografien zählen dabei zu den Werken der bildenden Künste, genauer gesagt zu den Werken der Lichtbildkunst.⁴⁸² Diese werden definiert als „durch ein photographisches oder durch ein der Photographie ähnliches Verfahren hergestellte Werke.“⁴⁸³ Um das Copyright bei Fotografien ordnungsgemäß einzuhalten, müssen die Verwendungsrechte also geklärt und der Urheber der Aufnahme angeführt werden.⁴⁸⁴ Dies ist in jedem Fall Pflicht – sowohl bei professionellen als auch bei nicht-professionellen Aufnahmen.

Zur Eindämmung digitaler Bildmanipulation haben Medienhäuser sowie Nachrichtenagenturen daneben eigene Richtlinien zur Bearbeitung von Bildmaterial formuliert. Durch diese wird geregelt, welche Formen der Bildbearbeitung erlaubt und welche in jedem Fall verboten sind.⁴⁸⁵ Ein Beispiel dafür sind etwa die Richtlinien von *Reuters*.⁴⁸⁶ Demnach darf bei einem Foto beispielsweise nichts hinzugefügt oder weggelassen werden, was für die Bildaussage Bedeutung hat, es darf weder übermäßig aufgehellt

⁴⁷⁹ Vgl. Österreichisches Urheberrechtsgesetz: Gesamte Rechtsvorschrift für Urheberrechtsgesetz. Online unter: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10001848> (23.3.2015).

⁴⁸⁰ Ebda, §1. (2).

⁴⁸¹ Ebda, §1. (1).

⁴⁸² Vgl. ebda, § 3. (1).

⁴⁸³ Ebda, § 3. (2).

⁴⁸⁴ Vgl. ebda §§ 73-76b.

⁴⁸⁵ Vgl. Büllsbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 113-114.

⁴⁸⁶ Vgl. Reuters-Richtlinien. Zur Verfügung gestellt von Clemens Fabry, Fotograf bei *Die Presse*. Die Richtlinien zur Bildbearbeitung von Reuters finden sich im Anhang dieser Magisterarbeit (Anmerkung d. Verf.).

oder abgedunkelt werden noch Bildelemente durch Unschärfe verschleiert werden, genauso wenig wie die Farben nicht erheblich verändert werden dürfen.⁴⁸⁷

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. Außerdem gelten diese Techniken, so lange sie nicht bis zu den Extremen ausgeführt werden, im Fotojournalismus aufgrund ihrer langen Anwendung als akzeptierte Praxis.⁴⁸⁸

Gehen die Bearbeitungen am Bild allerdings über diese grundlegenden Änderungen hinaus, wird die schmale Grenze zwischen einfacher Bildbearbeitung und bewusster Manipulation überschritten. Dabei geht es allerdings gar nicht so sehr darum, was technisch möglich ist und verändert wurde, sondern vielmehr darum, mit welcher Absicht diese Änderung durchgeführt wurde und ob sie transparent gemacht wird: „Es geht nicht um technische Parameter, sondern letztlich um die Frage, ob der Bildinhalt verändert und der Bildbetrachter in die Irre geführt wird oder nicht“⁴⁸⁹, so Büllesbach. Auch hier ist ein korrektes Kenntlichmachen dieser Änderungen ein erster Schritt zu mehr Transparenz:

Das allermindeste, was bei jeglichen Verfremdungen erwartet werden kann, ist eine korrekte Kennzeichnung. Solange der Leser die Montage deutlich erkennen kann (etwa bei Collagen), ist eine weitere Nennung in der Bildzeile nicht zwingend erforderlich. In jedem anderen Falle aber muss explizit darauf hingewiesen werden. Die kürzeste und vielleicht eleganteste Methode ist das 'Memorandum [M]', zu dem sich zahlreiche deutsche Verbände bereits 1997 verpflichtet haben: Vor dem Urheberrechtsvermerk wird ein großes M (für 'Montage') in eckigen Klammern eingefügt, also z.B. 'Foto [M]: Fotograf/Agentur'.⁴⁹⁰

Medienbetriebe und journalistische Organisationen haben also schon vor geraumer Zeit Bekenntnisse zur digitalen Bildbearbeitung formuliert.⁴⁹¹ Das *Memorandum zur Kennzeichnungspflicht manipulierter Fotos* wurde – wie gesagt – bereits 1997 von

⁴⁸⁷ Vgl. Reuters-Richtlinien im Anhang der vorliegenden Magisterarbeit.

⁴⁸⁸ Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 114.

⁴⁸⁹ Ebda.

⁴⁹⁰ Rossig: Fotojournalismus, S. 176.

⁴⁹¹ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 113.

mehreren Fotografenverbänden herausgegeben. Hier heißt es, dass ein jedes publizistisch-dokumentarisches Foto, das nach der Belichtung noch verändert wird, mit [M] zu kennzeichnen sei. Dies müsse erfolgen, wenn Gegenstände oder Personen entfernt und/oder hinzugefügt wurden, durch Zusammenfügen unterschiedlicher Elemente ein neues Bild kreiert wurde oder inhaltsbezogene, maßstäbliche oder farbliche Änderungen vorgenommen wurden.⁴⁹²

Die Kennzeichnung von Bildmanipulation wirft allerdings generelle Fragen bzw. Probleme auf: Zunächst muss festgehalten werden, dass bei der Kennzeichnung eines manipulierten Fotos „diese Information nur den interessierten Leser erreicht, nicht aber den flüchtigen Bilderkonsumenten.“⁴⁹³ Eine Kennzeichnung erweise sich auch nur direkt am Bild als sinnvoll, denn die wenigsten Leser werfen beispielsweise einen Blick in Sammelnachweise.⁴⁹⁴ Sofern manipulierte Bilder mit [M] gekennzeichnet werden, ist es aber auch notwendig, die Bildkonsumenten aufzuklären, wie dieses [M] überhaupt zu interpretieren ist.⁴⁹⁵ Fraglich sei außerdem, ob die Kennzeichnung manipulierter Bilder diese nicht noch zusätzlich antreibt, da das Kennzeichnen das Gefühl von Legitimation vermittele. Zudem gibt die simple Kennzeichnung keinerlei Anhaltspunkt dafür, was eigentlich am Bild verändert wurde, weshalb die bloße Kennzeichnung noch lange kein Freifahrtsschein sein kann. Büllesbach erscheint sogar die Frage diskussionswürdig, inwiefern die Kennzeichnung von Bildmanipulationen nicht gar die Glaubwürdigkeit des Fotojournalismus unterminiere, wenn Bilder damit nun sozusagen als nicht vertrauenswürdig gebrandmarkt werden. Zudem bleiben Fotos, wo die Manipulation vor der Kamera im Sinne einer *Inszenierung* stattgefunden hat, hier komplett außen vor.⁴⁹⁶ Genau diesen Einwänden sei es anzulasten, dass vielerorts noch kein Konsens über das Kennzeichnen manipulierter Bilder gefunden wurde.⁴⁹⁷ Auch der Vorschlag alle – d.h. auch nicht manipulierte Bilder zu kennzeichnen – wurde bereits laut.⁴⁹⁸ In diese Sparte würden nun auch solche Bilder fallen, wo die Bildmanipulation nicht vom

⁴⁹² Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 113-114.

⁴⁹³ Ebda, S. 124.

⁴⁹⁴ Vgl. ebda.

⁴⁹⁵ Vgl. ebda, S. 125.

⁴⁹⁶ Vgl. ebda.

⁴⁹⁷ Vgl. ebda.

⁴⁹⁸ Vgl. ebda.

Redakteur selbst durchgeführt wurde, sondern womöglich bereits vom Fotografen. Und in diese Sparte fällt zudem eine mögliche Kennzeichnung von Amateuraufnahmen. Denn: Selbst durch Angabe des Urheberrechts ist für den Bildbetrachter nicht ersichtlich, nach welchen (qualitativen) Standards der Fotograf vorgegangen ist.

Auch in Bezug auf die Kennzeichnung digital bearbeiteter Bilder mit [M] lasse sich nur eine nüchterne Bilanz ziehen. Diese Regelung wird in der Praxis de facto kaum angewendet. Auch weist Büllesbach darauf hin, dass sich das Memorandum zur Kennzeichnungspflicht bei seiner Verabschiedung vor allem an die Verlage richtete – heute, da auch die Fotografen selbst die Mittel und Fähigkeiten zur Bildmanipulation digitaler Fotografien besitzen, sei es an der Zeit, dieses Problem nochmals zu thematisieren.⁴⁹⁹

Denn bei der gesamten Debatte bleibt offenbar außen vor, dass auch Redakteure Manipulationen oder Inszenierungen durch Dritte – beispielsweise eben durch Amateurfotografen – auflaufen könnten. Denn wie soll ein Bildredakteur ein Bild dementsprechend kennzeichnen, wenn er selbst nicht erkennen und auch nicht wirklich mit letzter Sicherheit feststellen kann, ob es sich hierbei um eine Manipulation handelt oder nicht? Aus diesem Grund scheint eine ganz besondere Sorgfalt im Umgang mit diesem Bildmaterial angebracht.

9.4 Publizistische Grundsätze im Bildjournalismus

Grundsätze für die publizistische Arbeit hat der Österreichische Presserat aufgestellt und im so genannten Ehrenkodex für die Österreichische Presse zusammengefasst. Dieser beinhaltet Regeln für die tägliche Arbeit von Journalisten und gilt für alle in der redaktionellen Verantwortung liegenden Teile einer Zeitung oder Zeitschrift.⁵⁰⁰ Der Ehrenkodex soll an dieser Stelle nicht zur Gänze wiedergegeben, aber doch in Auszügen herangezogen werden, da er zusätzliche Hinweise auf den redlichen Umgang mit Bildmaterial – im Speziellen mit Amateuraufnahmen – geben kann:

⁴⁹⁹ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 126.

⁵⁰⁰ Vgl. Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit. Ehrenkodex für die österreichische Presse. Fassung vom 02.12.2013 Online unter: http://www.presserat.at/show_content.php?hid=2 (20.12.2014).

Unter Punkt 2 des Österreichischen Ehrenkodexes, der sich der Genauigkeit bei der publizistischen Praxis widmet, heißt es unter 2.1 wie folgt: „Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten und Kommentaren sind oberste Verpflichtung von Journalisten.“⁵⁰¹ Inhalte müssen zudem klar unterscheidbar beziehungsweise jegliche Formen von Bearbeitungen klar erkennbar sein, wie in Punkt 3.3 der Grundsätze für die publizistische Arbeit beschrieben wird: „Fotomontagen und Bildbearbeitungen, die von flüchtigen Lesern/innen als dokumentarische Abbildungen aufgefasst werden, müssen deutlich als Montagen oder Bearbeitungen kenntlich gemacht werden.“⁵⁰² Jegliche Veränderungen des Bildes müssten also zumindest in der Bildbeschreibung oder Bildunterschrift als solche offengelegt werden – sofern diese im Zuge einer gewissenhaften Recherche eruiert werden konnten. Inwiefern diese Kennzeichnung vorgenommen wird, wenn es sich dabei um Amateuraufnahmen handelt – und die Redaktion im schlimmsten Fall gar nicht um die Bearbeitung weiß – bleibt fraglich. Auch ist mit Ziffer 4.1 festzuhalten, dass „[e]ine Einflussnahme Außenstehender auf Inhalt und Form eines redaktionellen Beitrags [...] unzulässig [ist].“⁵⁰³ Gerade dieser Punkt erscheint in Anbetracht der Tatsache, dass sich ein Redakteur über die Entstehungshintergründe bei Amateuraufnahmen nie ganz sicher sein kann, besonders heikel. Wer garantiert also, dass bei der Prüfung und Auswahl von Bildmaterial kein solches „schwarzes Schaf“ hindurchschlüpft?

In Sachen Richtigstellung bei Fehlverhalten – egal ob mutwillig oder unbeabsichtigt – gelten ebenfalls klare Vorgaben (Punkt 2.4): „Sobald einer Redaktion zur Kenntnis gelangt, dass sie eine falsche Sachverhaltsdarstellung veröffentlicht hat, entspricht eine freiwillige Richtigstellung dem journalistischen Selbstverständnis und Anstand.“⁵⁰⁴ Eine Richtigstellung erfolgt also lediglich auf *freiwilliger Basis*. Ob und in welcher Form dies dann tatsächlich geschieht – beispielsweise wenn Amateuraufnahmen veröffentlicht wurden und sich im Nachhinein als Fälschungen beziehungsweise manipulierte Aufnahmen entpuppen – wird im Rahmen der Experteninterviews mit den Redakteuren der untersuchten Medien zu klären sein.

⁵⁰¹ Vgl. Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit, Ziffer 2.1.

⁵⁰² Ebda, Ziffer 3.3.

⁵⁰³ Ebda, Ziffer 4.1.

⁵⁰⁴ Ebda, Ziffer 2.4.

Wie auch Büllesbach herausstreicht, bleibe die journalistische Sorgfaltspflicht im Umgang mit Fotografie offenbar weitgehend der Selbstkontrolle der Presse überlassen.⁵⁰⁵ Beim Aufeinandertreffen ökonomischer und moralischer Handlungsweisen ist allerdings fraglich, wie groß die reellen Chancen einer freiwilligen Selbstkontrolle in Bezug auf Bildbearbeitung bei Fotojournalisten tatsächlich sind. Wachsende Konkurrenz und die Erkenntnis, dass oftmals nicht der Beifall gezollt bekommt, der sich an Regeln hält, sondern jener, der sie außer Acht lässt, scheinen ihr Übriges dazu beizutragen.⁵⁰⁶

Daneben finden sich in den weiteren Ziffern des Ehrenkodexes unter anderem Richtlinien gegen unlautere Methoden bei der Materialbeschaffung sowie Richtlinien zum Persönlichkeitsschutz, dem Schutz der Privatsphäre und jenem vor Pauschalverunglimpfungen sowie Diskriminierung, aber auch Suizidberichterstattung.⁵⁰⁷ Diese Vorgaben beziehen sich selbstverständlich ebenso auf die Bild- wie die Wortberichterstattung, spielen im Kontext dieser Magisterarbeit allerdings eher eine marginale Rolle. Im Zusammenhang der vorliegenden Untersuchung erscheinen vor allem die Punkte 2 sowie 3 und 4 in Auszügen relevant, die zum einen auf die Sorgfaltspflicht des Redakteurs hinsichtlich der Wahrheitsprüfung und das Kenntlichmachen nicht bestätigter Inhalte und Veränderungen am Bild abzielen, und zum anderen auf den Umstand hinweisen, dass der Einfluss durch Dritte bei der Berichterstattung vermieden werden muss. Es soll nochmals betont werden, dass das Kenntlichmachen von Bildmaterial aus der Hand von Laien – die zum einen nicht unbedingt den journalistischen Standards entsprechen und zum anderen womöglich ganz eigene unbekannte Zwecke verfolgen, die nur schwer zu überprüfen sind – hier überhaupt nicht vorkommt. Doch gerade mit dem vermehrten Aufkommen des partizipativen Journalismus bzw. Bürgerjournalismus und in Anbetracht des wachsenden Anteils an Amateurfotografien in der Berichterstattung erscheint es angebracht, den Umgang von Redakteuren mit diesem Material kritisch zu hinterfragen.

⁵⁰⁵ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 123.

⁵⁰⁶ Vgl. ebda, S. 123.

⁵⁰⁷ Vgl. Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit, Ziffer 4-12.

II) EMPIRISCHER TEIL

Zur Beantwortung der eingangs erwähnten Forschungsfragen wurden Experten anhand eines Leitfadens interviewt. Auf der Suche nach aktuellen Fällen wurde den Experteninterviews allerdings zunächst eine Recherche vorangestellt, welche konkreten Fälle von (fragwürdigen) Amateuraufnahmen zu verzeichnen sind und inwiefern diese Problematik innerhalb der österreichischen Medienlandschaft thematisiert wurde. Die Ergebnisse dieser Recherche dienten als Basis für die Experteninterviews, um einerseits aktuelle Beispiele in den Gesprächen heranziehen zu können, die Interviewten aber auch in gegebenem Fall – beispielsweise bei von der Realität abweichenden Aussagen – mit diesen konkreten Fällen und dem (tatsächlichen) Umgang mit Amateuraufnahmen konfrontieren zu können.

Die in dieser Magisterarbeit gewählten Methoden werden nun kurz umrissen und begründet, um die Wahl plausibel zu machen und das Vorgehen zu fundieren.

10. Recherche in der APA-Online Manager Library

Eine große Frage, die sich im Rahmen der Problemstellung dieser Magisterarbeit ebenfalls aufgetan hat, ist jene, ob Fälle von Amateuraufnahmen aus unsicheren Quellen oder auch das (nachträgliche) Entdecken von Manipulationen innerhalb der österreichischen Medienlandschaft überhaupt thematisiert werden und inwiefern eine journalistische Berichterstattung darüber erfolgt. Um dies zu eruieren und zudem einige konkrete Beispiele als Grundlage für die Gespräche zu gewinnen, wurde die *APA-Online Manager Library*⁵⁰⁸ (früher unter dem Titel *Apa de facto Campus*) gescannt. Dies wurde zudem um eine allgemeine Internet-Recherche und im Speziellen die Recherche auf Kobuk ergänzt. Das Recherche-Design, das beim Scannen der *APA-Online Manager Library* angewandt wurde, wird im Folgenden beschrieben.

⁵⁰⁸ Vgl. APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015).

10.1 Methodisches Vorgehen: Recherche-Design

Die Recherche in der *APA-Online Manager Library* wurde am 13.02.2015 durchgeführt. Der Fokus wurde hierbei auf die zu untersuchenden Medien gelegt – sowohl gedruckt als auch online (sofern diese in der Datenbank verfügbar sind). Die Suche umfasste den Zeitraum der letzten zehn Jahre, genauer gesagt den 1.1.2005 bis 31.1.2015. Die Suchbegriffe, die der Recherche zugrunde gelegt wurden, waren folgende: (Leserfoto* ODER Amateuraufnahme ODER Amateurfoto* ODER Laienbild* ODER Amateurvideo ODER Laienfoto* ODER Privatfoto*) UND (Fälschung ODER Manipul* ODER Kritik ODER Fake ODER Skandal ODER unecht ODER falsch).

10.2 Ergebnisse – aktuelle Fälle in den österreichischen Medien

Neben den Bildern des Tsunamis aus dem Jahr 2004 oder beispielsweise auch den Aufnahmen von der Erhängung Saddam Husseins, die als authentisch bewertet wurden, gab es in den vergangenen Jahren auch einige Fälle, bei denen die Echtheit im Nachhinein in Zweifel gezogen wurde oder sich die Bilder als manipuliert herausgestellt haben. Die vorliegende Recherche zu diesem Thema brachte diese Ergebnisse:

Ein aktuelles Beispiel für falsche Kontextualisierung beziehungsweise falsche oder suggestive Bildunterschrift, über die eine Berichterstattung in den österreichischen Medien erfolgte, ist etwa der folgende Handy-Schnappschuss, der mit #SochiProblems getwittert wurde und somit suggeriert, dass es sich dabei um einen Parkplatz in der von Pleiten und Pannen geplagten Olympiastadt Sotschi zeigt (Abbildung 14). Das Foto mit dem Tweet *„On the way to the media center. The street is not quite ready yet.“* passte sehr gut ins Bild über den EM-Gastgeber Russland, der in den Medien aufgrund der (angeblich) schlechten Bedingungen im Olympischen Dorf im Fokus und vor allem in sozialen Medien permanent in der Kritik stand. Aus diesem Grund wurde das Parkplatz-Foto mit der höchst suggestiven (aber satirischen!) Bildunterschrift sofort für bare Münze genommen und verbreitete sich wie ein Lauffeuer auf Twitter. Sogar eine CNN-Reporterin fragte es zur weiteren Verwendung an – obwohl das Foto in Wirklich-

keit einen Parkplatz in Wien Landstraße und im Hintergrund das Media QuarterMarx, die Arbeitsstätte des Knipsers, zeigt.⁵⁰⁹



Abbildung 14: Parkplatz in Wien Landstraße (Foto: Simon Rosner)⁵¹⁰

Selbst wenn der Fotograf in diesem Beispiel zufällig ein Redakteur war, handelt es sich bei dem Foto dennoch um einen Schnappschuss mit dem Smartphone, weshalb das Bild trotzdem als Amateuraufnahme gezählt werden kann.

Ein aktuelles Beispiel für eine Bildmanipulation durch Amateure ist ein Video, das einen Wolf im Olympischen Dorf zeigen soll (Abbildung 15). Auch dieses verbreitete sich rasend schnell auf Twitter und Youtube⁵¹¹ und wurde selbst von Qualitätsmedien sofort aufgegriffen – wie etwa von der *Presse*. Sogar in der Print-Ausgabe wurde über den „Wolf als Gast im Olympischen Dorf“⁵¹² berichtet. Dass es sich hierbei um eine Montage handelt, für die der Gang einer Unterkunft im Olympischen Dorf nachgebaut und das Tier digital hinein geschnitten worden war, wurde erst nachträglich bekannt.⁵¹³

⁵⁰⁹ Vgl. Rosner, Simon: Als CNN ein Foto aus Sotschi von mir wollte. Wie ein satirischer Twitter-Beitrag durchs Netz jagte. Online unter: http://www.wienerzeitung.at/meinungen/kommentare/606499_Als-CNN-ein-Foto-aus-Sotschi-von-mir-wollte.html (28. 2.2014).

⁵¹⁰ Vgl. ebda.

⁵¹¹ Vgl. Hansen, Kate: Epic #SochiFail: Wolf in my hall. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=3qZA-xOeQmE&feature=youtu.be> (28.2.2014).

⁵¹² Vgl. o.A.: „Ein Wolf als Gast im olympischen Dorf“. In: "Die Presse" vom 21.02.2014, S. 10, Ressort: Chronik. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015).

⁵¹³ Vgl. Hansen, Kate: Wolf in my hall. Online unter: <https://twitter.com/k8ertotz/status/436375062229180416> (28.2.2014).

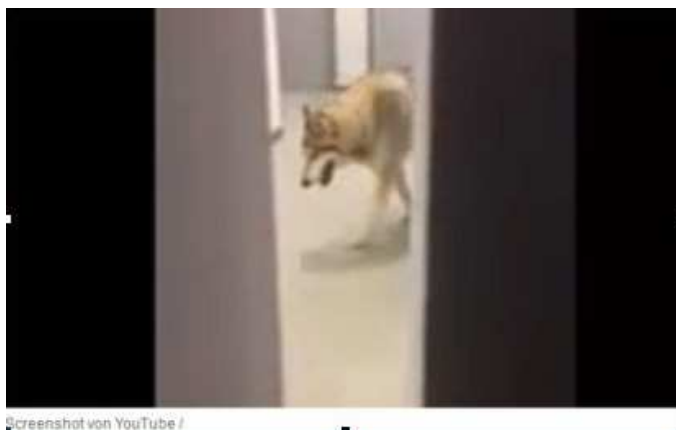


Abbildung 15: Wolf im Olympischen Dorf (Foto: Kate Hanson/Jimmy Kimmel)⁵¹⁴

Es handelt sich hier um eine manipulierte Amateuraufnahme, der Redakteure eines Qualitätsmediums ebenso aufgesessen sind wie jene des Boulevards – etwa der Zeitung *Heute*.⁵¹⁵ Die *Presse* korrigierte diesen Fehler zudem sofort sowohl in der Print-⁵¹⁶ als auch online-Ausgabe.⁵¹⁷ Aus diesem Grund eignet sich dieses Bildbeispiel perfekt, um auch im Rahmen der Experteninterviews exemplarisch herangezogen zu werden.

Ein falsches Foto des toten Osama Bin Laden ist ein weiteres Beispiel dafür, wie sich auch Medien durch gefälschte Amateuraufnahmen hinters Licht führen lassen können: Wie der Online Standard berichtete, war unmittelbar nach der Nachricht vom Tod des Al-Kaida-Chefs ein Foto durch das Internet und die klassischen Medien kursiert, das angeblich seine zugerichtete Leiche zeigen sollte.⁵¹⁸ Recht bald wurden allerdings schon erste Zweifel an der Echtheit des Bildes laut – so schreibt der Online Standard:

⁵¹⁴ Vgl. o.A.: Herumstreunender Wolf im Olympia-Dorf war ein Fake. Online unter: <http://diepresse.com/home/sport/olympia/1565660/Herumstreunender-Wolf-im-OlympiaDorf-war-ein-Fake> (21.2.2014).

⁵¹⁵ Vgl. o.A.: Schock für US-Rodlerin: „Da ist ein Wolf auf meinem Flur“. In: „Heute“ vom 21.02.2014, S. 29, Ressort: Olympia. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015).

⁵¹⁶ Vgl. o.A.: Gesichteter Wolf im Olympia-Dorf war Fake. In: „Die Presse“ vom 22.02.2014, S. 20, Ressort: Chronik. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015).

⁵¹⁷ Vgl. o.A.: Herumstreunender Wolf im Olympia-Dorf war ein Fake. Online unter: <http://diepresse.com/home/sport/olympia/1565660/Herumstreunender-Wolf-im-OlympiaDorf-war-ein-Fake> (21.2.2014).

⁵¹⁸ Vgl. Riegler, Birgit: Facebook-Falle mit Leichen-Videos Bin Ladens. <http://derstandard.at/1303950802334/Warnung-Facebook-Falle-mit-Leichen-Videos-Bin-Ladens> (12.2.2015).

Ein Foto, das Bin Ladens blutverschmiertes Gesicht zeigt, ist in einigen Fernsehberichten über seinen Tod aufgetaucht. Weder die USA noch Pakistan haben bestätigt, dass es sich dabei um ein aktuelles Foto handelt. Es gibt bereits erste Zweifel an der Echtheit des Bildes. [...] Auch der Guardian nennt das Foto eine Fälschung und verlinkt auf einen Artikel, der laut Zeitstempel aus dem Jahr 2009 stammt. Dort wird ein Artikel zu Gerüchten um Bin Ladens Tod mit eben diesem Bild illustriert.⁵¹⁹

Dabei handelt es sich um ein Fake-Foto aus zwei Archivbildern, die zusammen montiert wurden. Mithilfe des Original-Fotos konnte allerdings rasch Klarheit darüber geschaffen werden, dass es sich dabei um eine Manipulation handelt. Zahlreiche Medien fielen allerdings auf die Fälschung herein, wie es auf standard.at weiter heißt.⁵²⁰



Abbildung 16: Falsches Foto des toten Osama Bin Ladens (Foto: AP)⁵²¹

Ein Beispiel für falsche Kontextualisierung aus jüngerer Zeit ist ein Bild, das im Kontext der letzten EM im Zusammenhang der Tötung von Straßenhunden in der Ukraine in den Medien auftauchte und für einen großen Aufschrei sorgte. Doch wie sich nachträglich herausstellte, stammte die hier gezeigte tote Hundemutter mit ihren verendete Welpen nicht aus der Ukraine: Es war bereits Jahre vorher in Sarajevo entstanden und in einem bosnischen Forum veröffentlicht worden – und nun in einem anderen Kon-

⁵¹⁹ o.A.: Falsches Foto und Osama auf allen Kanälen. Online unter: http://derstandard.at/1303950685520/Medien-Rundschau-Falsches-Foto-und-Osama-auf-allen-Kanaelen?_slide=1 (12.2.2015).

⁵²⁰ Vgl. Riegler, Birgit: Facebook-Falle mit Leichen-Videos Bin Ladens. Online unter: <http://derstandard.at/1303950802334/Warnung-Facebook-Falle-mit-Leichen-Videos-Bin-Ladens> (12.2.2015).

⁵²¹ Vgl. o.A.: Der Beweis: Osama-Foto ist eine Fälschung. Online unter: <http://www.bild.de/politik/ausland/osama-bin-laden/tot-wirbel-um-foto-17684970.bild.html> (12.2.2015).

text einfach wieder aus der Schublade gezogen worden.⁵²² Tatsächlich verwendete die *Kronen Zeitung* dieses Bild, um den Umgang mit Hunden in der Ukraine zu illustrieren und auch andere Medien sprangen schnell darauf auf. Dies wurde von Kobuk aufgedeckt.⁵²³



Abbildung 17: Getöteter Hund mit Welpen⁵²⁴

Allgemein sei als Fazit der Recherche noch angemerkt, dass aus zahlreichen Artikeln deutlich hervorgegangen ist, dass Amateuraufnahmen oftmals die einzige Bildquelle zu einem bestimmten Ereignis sind – dies gilt sowohl im Großen als auch im Kleinen: etwa, wenn eine zufällige Aufnahme ein angebliches „Unfallopfer“ der Lüge überführt⁵²⁵ oder auch, wenn beispielsweise der Bruch der Waffenruhe in Syrien in Form eines Amateurvideos belegt wird.⁵²⁶ Damit bestätigt sich die im Rahmen dieser Magisterarbeit aufgestellte Vermutung der flächendeckenden Dokumentation,⁵²⁷ die ohne Amateurfotografien gar nicht möglich wäre, weil Journalisten schließlich nicht immer und überall vor Ort sein können – vor allem nicht, wenn Unvorhergesehenes geschieht.

⁵²² Vgl. Kirchmeyr, Hans: Wenn die Ukraine Hunde tötet, stirbt bei uns die Wahrheit. Online unter: <http://www.kobuk.at/2011/12/wenn-die-ukraine-hunde-toetet-stirbt-bei-uns-die-wahrheit/> (21.2.2014).

⁵²³ Ebda.

⁵²⁴ Bildnachweis unter <http://animalsos.forumotion.com/t125-od-ovoga-gore-ne-moze> (21.2.2014).

⁵²⁵ Vgl. o.A.: Video entlarvte falsches "Unfallopfer". In: ORF Teletext vom 01.02.2015, 08:29 Uhr, S. 704.1. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015).

⁵²⁶ Vgl. o.A.: Syrien: Bricht Armee Waffenruhe?. In: ORF Teletext vom 20.03.2014, 13:05 Uhr, S. 129.1. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015).

⁵²⁷ Vgl. Kapitel 8.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

Abschließend noch eine Anmerkung zur oben gewählten Methode: Auch wenn sich diese anbietet, um aktuelle Beispiele für Amateuraufnahmen zu finden, die in der Berichterstattung aus verschiedenen Gründen thematisiert wurden, bleibt bei solch einem methodischen Vorgehen natürlich dennoch fraglich, wie häufig es tatsächlich vor-
kommt, dass Amateuraufnahmen den Weg in die Berichterstattung finden, ohne dass ihre Authentizität thematisiert oder mögliche Fälschungen als solche im Nachhinein entlarvt wurden. Dies kann – und soll – die gewählte Methode de facto nicht leisten. Sie kann wie gesagt lediglich solche Fälle zutage fördern, deren Authentizität im Nachhinein medial thematisiert wurde. Eine Magisterarbeit, die sich dieser Fragestellung widmet, müsste auf ein anderes Untersuchungsdesign zurückgreifen – zum Beispiel auf eine Untersuchung, welche die in der Berichterstattung verwendeten Bilder in einem bestimmten Medium über einen bestimmten Zeitraum hinweg registriert und Bild und Bildtext analysiert, um zu eruieren, ob und wie häufig es sich hierbei um Amateuraufnahmen handelt. Die Prämisse für eine solche Untersuchung ist allerdings, dass Fotos dementsprechend gekennzeichnet werden, um sie als solche erkennen zu können. Denn nur so erhielte man stichhaltige Ergebnisse. Trotzdem fallen auch hier Bilder durch das Raster, deren Echtheit von vornherein zweifelhaft war und die aus diesem Grund aus der Berichterstattung zurückgehalten und folglich nie offen in den Medien thematisiert wurden.

Die durchgeführten Experteninterviews können über die tatsächliche Häufigkeit der Verwendung von Amateuraufnahmen wohl auch keine genaue und verlässliche Auskunft geben. Sie können aber Antworten auf die Fragen zum grundsätzlichen Umgang mit Amateuraufnahmen sowie erste Ansätze zu solchen Fällen liefern, die im Vorhinein angezweifelt und deshalb in der Berichterstattung gegebenenfalls zurückgehalten werden. Die vorliegende Magisterarbeit möchte mit ihrer gewählten Methode und dem verfolgten Erkenntnisinteresse (nämlich: Wie gehen Redakteure mit dem Bildmaterial um, wann wird es verwendet, wie wird es gekennzeichnet und wie verfährt man bei fehlerhafter Berichterstattung etc.) also dementsprechend die *notwendige Grundlage* für weitere Untersuchungen in diese Richtung liefern.

11. Experteninterviews

11.1 Zur Methode des leitfadengestützten Experteninterviews

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurden Experten anhand eines Leitfadeninterviews befragt. Vorab gilt es zu klären, was unter einem „Experten“ eigentlich zu verstehen ist, wie sich das leitfadengestützte Interview von anderen Interviewmethoden abgrenzen lässt und was seine Vorteile sind. Im Anschluss wird die Bedeutung des Gesprächsleitfadens für diese Form der Befragung skizziert und auf die Auswertungsmethode mittels qualitativer Inhaltsanalyse eingegangen. Als nächstes finden sich sowohl das Durchführungsprotokoll dieser Befragung als auch Informationen zu den jeweiligen Medien und Interviewpartnern. Daran schließt sich die Auswertung an.

11.1.1 Befragung von Experten

Im Alltagsverständnis gilt eine Person als „Experte“, wenn sie über besondere Erfahrung in einem speziellen Bereich verfügt. In erster Linie denkt man hier an die Angehörigen einer bestimmten Elite, die aufgrund ihrer Position über besondere Informationen verfügen. Grundsätzlich kann aber jeder auf einem speziellen Gebiet zum Experten werden, indem er sich über diesen Bereich spezielles Wissen aneignet: So kann ein Mechaniker beispielsweise für Autos und ein Kranker für seine Krankheit zum Experten werden.⁵²⁸ Auch das Wissen über einen bestimmten sozialen Kontext, in dem eine Person agiert, macht sie zum Experten: „Nur die unmittelbar Beteiligten haben dieses Wissen, und jeder von ihnen hat aufgrund seiner individuellen Position und seiner persönlichen Beobachtungen eine besondere Perspektive auf den jeweiligen Sachverhalt.“⁵²⁹ Auch Atteslander bestätigt, dass im Grunde jeder ein Experte sein kann:

Bei *Experteninterviews* sprechen wir mit Menschen, die entweder im Umgang mit unseren Probanden Erfahrung haben [...] oder die über unseren Forschungsgegenstand besondere und umfassende Erfahrung haben. Es können deshalb Ärzte, Manager, aber

⁵²⁸ Vgl. Gläser, Jochen/Laudel, Grit: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. 4. Auflage. Wiesbaden: 2010, S. 11.

⁵²⁹ Ebda.

auch Verbrecher als Experten betrachtet werden. Es ist niemals von vorneherein feststellbar, wer für unsere Untersuchungsziele als Experte gelten kann.⁵³⁰

Personen werden zu Experten, indem sie ihr Wissen Außenstehenden zur Verfügung stellen und so Einblick in diesen ansonsten verschlossenen Bereich gewähren.⁵³¹ Gläser und Laudel definieren den Begriff „Experte“ dementsprechend wie folgt: „*‘Experte’ beschreibt die spezifische Rolle des Interviewpartners als Quelle von Spezialwissen über die zu erforschenden sozialen Sachverhalte. Experteninterviews sind eine Methode, dieses Wissen zu erschließen.*“⁵³² Solche Untersuchungen werden als *rekonstruierende Untersuchungen* bezeichnet, da sie soziale Prozesse und Situationen rekonstruieren sollen, indem das Wissen der in der Situation involvierten Menschen zugänglich gemacht wird, um diese Prozesse (sozialwissenschaftlich) erklärbar zu machen.⁵³³

11.1.2 Das Leitfaden gestützte Interview

Die wichtigste Klassifizierung von Interviews erfolgt nach der Technik der Datenerhebung, die anhand des *Standardisierungsgrades* unterschieden werden kann. Man trennt zwischen *(voll)standardisierten*, *halbstandardisierten* und *nichtstandardisierten Interviews*. Erstere geben sowohl die Fragen als auch die Antwortmöglichkeiten vor – d.h., dass diese fest formuliert und damit auch in jedem Interview exakt gleich sind. Halbstandardisiert bedeutet, dass die Fragen zwar vorgegeben sind, es dem Interviewpartner aber frei steht, wie er die Fragen beantwortet. Von einem nichtstandardisierten Interview wird gesprochen, wenn weder die Interview-Fragen noch die Antworten standardisiert sind. Während standardisierte Interviews eher zu den quantitativen Erhebungsmethoden zählen, werden nichtstandardisierten Interviews eher in der qualitativen Sozialforschung durchgeführt.⁵³⁴ Bei den nichtstandardisierten Interviews wird lassen sich drei verschiedene Formen festmachen: Dies sind 1. Leitfadeninterviews, die mit vorgegebenen Themen arbeiten und sich bei der Befragung auf eine Fragenliste, einen so genannten Leitfaden, stützen. An sich enthält der Interviewleitfaden all jene

⁵³⁰ Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: 2010, S. 131.

⁵³¹ Vgl. Gläser/Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, S. 12.

⁵³² Ebda.

⁵³³ Vgl. ebda, S. 13.

⁵³⁴ Vgl. ebda, S. 41.

Fragen, die im Interview beantwortet werden sollen. Allerdings ist weder die genaue Formulierung der Fragen noch die Reihenfolge, in der sie gestellt werden, genau vorgegeben. Der Interviewleitfaden zielt auf einen natürlichen Gesprächsverlauf ab, gestattet es dem Interviewer gleichzeitig, ad hoc nachzufragen und kann folglich eher als eine Art Richtschnur denn als straffe Vorgabe verstanden werden.⁵³⁵ Davon zu unterscheiden sind 2. offene Interviews, die zwar die Themen vorgeben, aber nicht durch einen Leitfaden unterstützt werden, um eine möglichst natürliche und offene Gesprächssituation zu ermöglichen. Eine weitere Variante sind 3. narrative Interviews, die durch eine komplexe Frage eingeleitet werden, auf die der Interviewpartner mit einem längeren, freien Bericht antworten soll, der erst nach Beendigung durch etwaiges Nachfragen und weitere freie Erzählungen ergänzt wird.⁵³⁶ Atteslander nimmt eine ähnliche Klassifizierung von Interviews vor, die entweder *wenig strukturiert*, *teilstrukturiert* oder *stark strukturiert* sein können.⁵³⁷ Das leitfadengestützte Experteninterview kann dabei zu den teilstrukturierten Befragungsmethoden gezählt und sowohl mündlich als auch schriftlich durchgeführt werden.⁵³⁸ Laut Gläser und Laudel empfiehlt sich das Leitfadeninterview immer dann

- wenn in einem Interview mehrere unterschiedliche Themen behandelt werden müssen, die durch das Ziel der Untersuchung und nicht durch die Antworten des Interviewpartners bestimmt werden, und
- wenn im Interview auch einzelne, genau bestimmbare Informationen erhoben werden sollen.⁵³⁹

Beides trifft auf Experteninterviews zu, die ja – wie oben beschrieben zur Rekonstruktion eines sozialen Sachverhaltes beitragen sollen.⁵⁴⁰ „Experteninterviews werden deshalb in der Regel als leitfadengestützte Interviews geführt.“⁵⁴¹

⁵³⁵ Vgl. Gläser/Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, S. 41-42.

⁵³⁶ Vgl. ebda, S. 42.

⁵³⁷ Vgl. Atteslander: Methoden der empirischen Sozialforschung, S. 123-125.

⁵³⁸ Vgl. ebda, S. 132. Für eine Übersicht der verschiedenen Typen der Befragung vgl. ebda S. 123.

⁵³⁹ Gläser/Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, S. 111.

⁵⁴⁰ Vgl. ebda.

⁵⁴¹ Ebda.

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass es sich bei Leitfadeninterviews um einen *Kommunikationsprozess* handelt, der aber besondere Herausforderungen an den Interviewer stellt: „Ein leitfadengestütztes Experteninterview zu führen heißt also, einen Kommunikationsprozess zu planen und zu gestalten, der an den kulturellen Kontext des Befragten angepasst ist und alle Informationen erbringt, die für die Untersuchung benötigt werden.“⁵⁴² Die Verfolgung eines bestimmten Informationsziels, das der Fragende in das Interview einbringt, bestimmt laut Gläser und Laudel das Verhältnis der Gesprächspartner: „Es gehört zur Rolle des Interviewers, das Gespräch zu steuern und mit seinen Fragen dafür zu sorgen, dass der Interviewpartner die gewünschten Informationen gibt. Zur Rolle des [Interviewten] gehört es, den Signalen und Aufforderungen des [Interviewers] zu folgen und die gewünschten Informationen zu geben.“⁵⁴³

Das Interviewerverhalten kann dabei entweder *weich*, *hart* oder *neutral* sein. Bei ersterem spielt der Interviewer eine eher passive Rolle und überlässt weitgehend dem Befragten den Gang des Gesprächs. So lange der Redefluss nicht unterbrochen wird, hält sich der Interviewer weitestgehend raus und lässt den Befragten Thema und Verlauf des Gesprächs bestimmen. In diesem offenen Gesprächsklima kann der Interviewer durch aufmerksames Zuhören und durch unverbindliches Nachfragen besonders gut sein Interesse am Erzählten zeigen. Zudem ist die Reaktionsmöglichkeit des Befragten am höchsten.⁵⁴⁴ Ein hartes Interviewerverhalten ist dem weichen wiederum diametral entgegengesetzt. Hierbei unterwirft der Interviewer den Befragten einer Art „Verhör“, das die gewünschten Antworten auf die gestellten Fragen sozusagen erzwingt. Diese Befragungstechnik kann als die wohl am meisten strukturierte Gesprächssituation bezeichnet werden.⁵⁴⁵ Beim neutralen Interview sollen Emotionen im Kommunikationsprozess der Befragung möglichst ausgeblendet werden, um uniforme Interviewsituationen zu ermöglichen. Diese unpersönliche Beziehung wird beispielsweise bei Markt- und Meinungsforschungsuntersuchungen angestrebt, um die Ver-

⁵⁴² Gläser/Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, S. 114.

⁵⁴³ Ebda, S. 112.

⁵⁴⁴ Vgl. Atteslander: Methoden der empirischen Sozialforschung, S. 126-127.

⁵⁴⁵ Vgl. ebda, S. 127-128.

gleichbarkeit von erhobenen Daten zu erhöhen. Auch „gelockerte“ Formen des neutralen Interviews sind allerdings möglich.⁵⁴⁶

In der vorliegenden Magisterarbeit wurde eine Mischung aus hartem und weichem Interviewverhalten angestrebt. Ziel war es, ein lockeres und freundliches Gesprächsklima vor, während und nach dem Interview aufrechtzuerhalten, damit die Befragten möglichst von sich aus viel zum Thema beitragen. Durch einen vorgefertigten Gesprächsleitfaden wurde der Gesprächsverlauf in die „richtige Richtung“ gelenkt, damit alle Themen und Problemstellungen behandelt und die Forschungsfragen somit beantwortet werden konnten. Dies erforderte im Vorfeld eine sorgfältige Vorbereitung des Leitfadens, auf den im folgenden Abschnitt eingegangen wird.

11.1.3 Der Gesprächsleitfaden

Die Schwierigkeit bei der Konzeption des Gesprächsleitfadens ist es, ausgehend von den Forschungsfragen und unter Berücksichtigung der theoretischen Vorüberlegungen das zugrunde liegende Erkenntnisinteresse in den Leitfaden zu übersetzen. Um dem Prinzip der Offenheit gerecht zu werden, so erklären Gläser und Laudel weiter, müssen die Fragen so gestellt werden, dass der Befragte die Möglichkeit hat, seinem Wissen nach offen zu antworten.⁵⁴⁷ Die Anforderungen, die damit an Leitfadeninterviews gestellt werden, lassen sich damit auf vier Punkte zuspitzen: 1. die *Reichweite* – und zwar insofern, als der Leitfaden ein hinreichendes Spektrum an Problemen aufwirft, diese aus verschiedenen Perspektiven behandelt und die Befragten zu zusammenhängenden, komplexen Erzählsträngen anregt; 2. die *Spezifität* – indem der Interviewleitfaden das Informationsbedürfnis in den Zusammenhang des Erfahrungshintergrundes des Interviewten übersetzt; 3. die *Tiefe* – denn der Befragte soll in seiner Darstellung unterstützt werden und 4. der *personale Kontext* – d.h. der soziale und persönliche Hintergrund, in dem der Befragte steht, soll in ausreichendem Maße erfasst werden.⁵⁴⁸

⁵⁴⁶ Vgl. Atteslander: Methoden der empirischen Sozialforschung, S. 128.

⁵⁴⁷ Vgl. Gläser/Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, S. 115.

⁵⁴⁸ Vgl. ebda, S. 116.

Um die Fragestellung der vorliegenden Magisterarbeit nochmals in Erinnerung zu rufen, werden hier die bereits in der Einleitung genannten Forschungsfragen erneut angeführt:

Forschungsfrage 1: Welche Vor- und welche Nachteile ergeben sich für Journalisten grundsätzlich durch Amateuraufnahmen?

Forschungsfrage 2: Welche Richtlinien gelten für (Bild-)Redakteure im Umgang mit digitalen Amateuraufnahmen im Vergleich zu professionellen Aufnahmen?

Forschungsfrage 3: Welche Kriterien müssen Amateuraufnahmen erfüllen, um in der Berichterstattung verwendet werden zu können?

Forschungsfrage 4: Wie werden digitale Amateuraufnahmen auf ihre Echtheit bzw. Authentizität hin überprüft?

Forschungsfrage 5: Werden nicht-professionelle Aufnahmen und die möglicherweise ungesicherte Quellenlage auf besondere Weise gekennzeichnet – und wenn ja, wie?

Forschungsfrage 6: Wie wird bei fehlerhafter Berichterstattung reagiert?

In Anlehnung an diese Forschungsfragen wurde ein Gesprächsleitfaden konzipiert, der als Grundlage für die durchgeführten Experteninterviews diente und es den Interviewpartnern durch eine überschaubare Anzahl möglichst offener Fragen ermöglichte, von sich aus einen gewissen Redefluss zu entwickeln. Zudem wurden im Leitfaden mögliche Zusatzfragen vermerkt. Diese gewährten die Möglichkeit eines zielgerichteten Nachfragens, sofern der Gesprächspartner bestimmte Themen oder Probleme nicht von selbst ansprach. Dieser Gesprächsleitfaden ist im Anhang der vorliegenden Magisterarbeit zu finden.

11.1.4 Auswertungsmethode: die qualitative Inhaltsanalyse

Durch qualitative Methoden werden Texte erzeugt, die als Rohdaten auszuwerten sind. Anders als Ergebnisse, die aus quantitativen Erhebungsmethoden gewonnen werden, sind diese Dokumente – etwa Interviewprotokolle – stets mit Unschärfen behaftet. Dies stellt die qualitative Auswertung vor gewisse Herausforderungen, da das Material widersprüchliche, irrelevante oder einfach schwer interpretierbare Informationen enthalten kann.⁵⁴⁹ „Diese Unschärfe ist gewollt“, wie Gläser und Laudel konstatieren, „sie entspringt der spezifischen Art und Weise, wie qualitative Erhebungsmethoden das Prinzip der Offenheit realisieren.“⁵⁵⁰ Die Mehr- bzw. Vieldeutigkeit, die sich auch laut Atteslander aus dem Interview ergebe, mag problematisch sein, entspreche aber sehr wohl der Tatsache, dass die soziale Realität in den meisten Fällen auch nicht eindeutig verbal zu erfassen sei und wiedergegeben werden könne.⁵⁵¹ Aufgrund dieser Mehrdeutigkeit „sind Antworten auch bei ausgeklügelter Auswertung nicht als isolierte Daten zu werten, sondern vornehmlich als Hinweise auf Zusammenhänge.“⁵⁵²

Qualitative Auswertungsmethoden entziehen sich laut Gläser und Laudel einer einfachen Klassifizierung. Neben der freien Interpretation gibt es sequenzanalytische Verfahren sowie das Kodieren basierend auf der „grounded theory“.⁵⁵³ Eine weitere Auswertungsmethode ist die *qualitative Inhaltsanalyse*, die in diesem Zusammenhang besondere Beachtung erfährt:

Die qualitative Inhaltsanalyse wertet Texte aus, indem sie ihnen in einem systematischen Verfahren Informationen entnimmt. Zu diesem Zweck wird der Text mit einem Analyseraster auf relevante Informationen hin durchsucht. Die dem Text entnommenen Informationen werden den Kategorien des Analyserasters zugeordnet und relativ unabhängig vom Text weiterverarbeitet, d.h. umgewandelt, mit anderen Informationen synthetisiert, verworfen usw.⁵⁵⁴

⁵⁴⁹ Vgl. Gläser/Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, S. 43.

⁵⁵⁰ Ebda.

⁵⁵¹ Vgl. Atteslander: Methoden der empirischen Sozialforschung, S. 122.

⁵⁵² Ebda.

⁵⁵³ Vgl. Gläser/Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, S. 44-46.

⁵⁵⁴ Ebda, S. 46.

Somit hebt sich die Inhaltsanalyse vom Ursprungstext ab verarbeitet, die gewonnenen Informationen getrennt vom Datenmaterial weiter, wodurch sie sich gegenüber anderen qualitativen Auswertungsverfahren abhebt. Der Textbezug bleibt über eine Quellenangabe zwar erhalten, die weiteren Analyseschritte werden aber mit den aus dem Text entnommenen Informationen vorgenommen.⁵⁵⁵ Damit eigne sich die Inhaltsanalyse ganz besonders, wenn soziale Sachverhalte aus Texten nachempfunden werden sollen – und damit speziell für die Auswertung von Experteninterviews. Man spricht hier auch von so genannten *rekonstruierenden Untersuchungen*.⁵⁵⁶ Ein weiterer Unterschied zu den meisten anderen qualitativen Auswertungsmethoden liegt im Kategoriensystem, das bei der Inhaltsanalyse ex ante entwickelt wird: „Das Ordnungsschema für die im Text enthaltenen Informationen steht also fest, bevor der Forscher den Text analysiert.“⁵⁵⁷

Die Kategorien für die vorliegende qualitative Inhaltsanalyse sind – in Anlehnung an die Forschungsfragen und den entsprechenden Interviewleitfaden – die folgenden Punkte:

- Vor- und Nachteile
- Richtlinien im Umgang
- Verwendungskriterien
- Überprüfung
- Kennzeichnung
- Richtigstellung

Anhand dieses Kategoriensystems wurde das zu untersuchende Datenmaterial abgearbeitet und die relevanten Inhalte zu weiteren Interpretationen herangezogen. Die Beziehung zum Ursprungstext bleibt aber jeweils über das direkte Zitat (mit dem Kürzel des jeweiligen Interviewpartners) als entsprechende Quellenangabe erhalten.

⁵⁵⁵ Vgl. Gläser/Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, S. 46.

⁵⁵⁶ Vgl. ebda, S. 47.

⁵⁵⁷ Ebda.

11.2 Durchführungsprotokoll

Das Aufkommen digitaler Amateuraufnahmen in der medialen Berichterstattung ist eine rechte neue Entwicklung im Fahrwasser von Internet, Digitalisierung und Smartphone, der sich augenscheinlich alle Medienhäuser gegenübersehen. Allerdings erscheint der Umgang von so genannten Qualitätsmedien mit diesem Material besonders interessant, da Amateuraufnahmen aufgrund der mangelnden Professionalisierung gerade für den Qualitätsjournalismus neue Herausforderungen mit sich bringt, die im tagesaktuellen Geschäft von besonderer Brisanz zu sein scheinen. Aus diesem Grund wurde bereits im Vorfeld dieser Untersuchung festgelegt, dass je ein bis zwei Redakteure der österreichischen Tageszeitungen *Presse*, *Standard* und *Kurier* befragt werden sollten. Da anzunehmen ist, dass der so genannte Boulevardjournalismus durch abweichende Qualitätsstandards und einen größeren Fokus auf lokale Berichterstattung (in welchem Amateurmaterial scheinbar vermehrt zur Verfügung steht) einen anderen Zugang zu dieser Thematik hat, wurde zudem beschlossen, zum Vergleich zusätzlich einen Redakteur der *Kronen Zeitung* zu befragen.

Ziel der vorliegenden Untersuchung musste es also sein, im Idealfall einen Fotoredakteur des jeweiligen Mediums beziehungsweise einen für die Bildauswahl zuständigen Redakteur zu interviewen. In einem ersten Schritt wurde anhand des *Journalisten-, Medien- & PR-Indexes*⁵⁵⁸ also zunächst alle hierfür in Frage kommenden Journalisten via E-Mail kontaktiert. Insgesamt wurden 35 E-Mails verschickt und eine Antwort wurde von 15 Redakteuren erhalten, die zum Teil an andere Kollegen verwiesen. Schlussendlich konnten insgesamt sieben Interviewtermine vereinbart werden.

Anzumerken ist an dieser Stelle, dass zahlreiche Medienhäuser ihre Print- und Online-Redaktionen mittlerweile zusammengefasst haben. Dies trifft auch auf den *Standard*, die *Presse* und seit Ende 2014 auch auf den *Kurier* zu. Aus diesem Grund war hier bei der Befragung keine klare Unterscheidung in Print- und Online-Redakteure nötig bzw. möglich. Zudem verfügen nicht alle der untersuchten Medien über eine eigenständige Fotoredaktion: Während *Standard* und *Kurier* eine solche besitzen (der *Kurier* sogar

⁵⁵⁸ Hoffer, Peter: Journalisten-, Medien- & PR-Index. Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Management. Ausgabe 2/2014. Wien: 2014. Der Index erscheint halbjährlich (Anm. d. Verf.).

eine eigene Videoredaktion), wird man bei der *Presse* diesbezüglich nicht fündig. Die *Kronen Zeitung* besitzt zwar ein „Foto-Ressort“, dieses ist aber, wie sich herausgestellt hat, eher für die *Bilderstellung* und weniger für *Bildauswahl* zuständig. In diesen Fällen wurde versucht, jene Redakteure für ein Gespräch zu gewinnen, die am ehesten die Entscheidungsgewalt für die Auswahl bzw. tatsächliche Verwendung von Bildern innehaben (z.B. leitende Redakteure) und jene Ressorts zu kontaktieren, bei denen anzunehmen ist, dass sie noch am ehesten mit von Nutzern produzierten Inhalten – und damit eben Amateuraufnahmen – konfrontiert sind (z.B. Lokales, Chronik/Wien).

Die Resonanz auf die Interviewanfrage per E-Mail war an sich erfreulich. Die Rücklaufquote lag bei über 40 Prozent und sämtliche Rückmeldungen erfolgten innerhalb von wenigen Stunden, maximal einem Tag. Die allgemeine Gesprächsbereitschaft auf Seiten der Redakteure war an sich sehr groß, sodass die Termine für die persönlichen Interviews rasch und unkompliziert per E-Mail (eines telefonisch) vereinbart werden konnten. Eine Ausnahme bildete hier lediglich die *Kronen Zeitung*, bei der die Resonanz leider gering ausfiel und sich auch die Terminkoordination als schwierig erwies.

Vorgefasstes Ziel war es, wenn möglich je zwei Redakteure der zu untersuchenden Medien zu interviewen, um so nicht nur zwei unterschiedliche Sichtweisen und Inputs zu gewinnen, sondern auch eine ausgewogene Verteilung zu schaffen. Während sich bei *Standard*, *Presse* und *Kurier* jeweils zwei Redakteure zu einem Gespräch bereit erklärten, konnte bei der *Krone* leider nur ein Redakteur aus dem Ressort Lokales für das Interview gewonnen werden. Insgesamt wurden für die vorliegende Untersuchung also sieben Redakteure befragt. Die Interviews wurden alle in einem Zeitraum von rund 14 Tagen im Februar 2015 persönlich in den Redaktionshäusern der jeweiligen Medien geführt. Zum Interview mit der *Kronen Zeitung* ist anzumerken, dass der ursprüngliche Gesprächstermin mit einem anderen Redakteur, nämlich dem Chefredakteur der Lokalredaktion, vereinbart worden war. Dieser war zum festgesetzten Termin allerdings nicht verfügbar, weshalb das Interview mit seinem Stellvertreter geführt wurde, der sich kurzfristig dazu bereit erklärte. Da es sich hierbei also um ein spontanes Interview handelte, welches aufgrund anderer Verpflichtungen des Redakteurs zeitlich begrenzt war, konnten leider nicht alle Fragen gestellt und ausführlich besprochen werden.

Zeitlich war für die Interviews jeweils eine halbe bis maximal dreiviertel Stunde angesetzt. Dementsprechend dauerten drei der insgesamt sieben Interviews rund 30 Minuten, weitere drei in etwa 45 Minuten, eines allerdings ganze 60 Minuten. Von sämtlichen Befragten wurde im Vorfeld des Interviews das Einverständnis zur Aufzeichnung des Gespräches und zur Angabe der persönlichen Informationen (Name, Medium, Ressort) eingeholt. Auf Wunsch wurden zwei der Interviewpartner anonymisiert (Transkriptionskürzel A1 und A2).

Die Gespräche im Rahmen der Experteninterviews wurden mittels eines digitalen Aufnahmeegerätes des Institutes für Publizistik und Kommunikationswissenschaft festgehalten und im Anschluss transkribiert. Zur Niederschrift von wissenschaftlichem Datenmaterial lässt sich grundsätzlich Folgendes anmerken: „Für die Transkription von Interviewprotokollen gibt es bislang keine allgemein akzeptierten Regeln.“⁵⁵⁹ Da also keine grundsätzlich vorgeschriebenen Transkriptionsregeln existieren, wurden für die vorliegende Magisterarbeit in Anlehnung an Gläser und Laudel⁵⁶⁰ folgende aufgestellt:

- Vollständige Transkription der Gespräche, außer Vor- und Nachgespräche, die aufgezeichnet worden sind, aber noch nicht oder nicht mehr Teil des eigentlichen Interviews waren
- Verwendung der Standardorthographie (also z.B. „nicht“ statt „net“)
- Transkription von non-verbalen Äußerungen (wie lachen, stottern, räuspern) nur dann, wenn sie der Aussage inhaltlich eine andere Bedeutung geben oder zum besseren Verständnis beitragen
- Kennzeichnung unverständlicher Passagen
- Kennzeichnung von Gesprächsunterbrechungen
- Kennzeichnung unvollendeter Sätze mit „...“

Alle Anmerkungen werden in den Transkriptionsprotokollen in eckigen Klammern und kursiv gekennzeichnet (z.B. [zögert], [Telefon klingelt], [unverständlich]). Die vollständig transkribierten Interviews befinden sich im Anhang.

⁵⁵⁹ Gläser/Laudel: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, S. 193.

⁵⁶⁰ Vgl. ebda, S. 194.

11.3 Untersuchte Medien und Interviewpartner

Der Fokus der vorliegenden Masterarbeit wurde auf tagesaktuelle Qualitätsmedien gelegt. Aus diesem Grund wurden Redakteure der Tageszeitungen *Standard*, *Presse* und *Kurier* befragt. Da diese Medien keine separaten Print- und Online-Redaktionen besitzen, war es auch nicht nötig bzw. möglich, hier eine klare Trennung zwischen Redakteuren der Digital- und Druck-Version des Mediums vorzunehmen – zumal es, wenn überhaupt, nur eine übergreifende Fotoredaktion gibt. Dennoch wurde versucht, jeweils Experten zu gewinnen, die einerseits einen Einblick zum Umgang mit Amateuraufnahmen in der gedruckten Tageszeitung und andererseits zur Handhabung dieses Themas beim Online-Medium geben können. Bei der Auswahl der Gesprächspartner wurden demnach auch beide Medienformen berücksichtigt.

Pro Tageszeitung wurden im Zuge der oben beschriebenen Leitfadeninterviews also jeweils zwei Redakteure befragt. Um einen Vergleich zur Nutzung von Amateuraufnahmen im Boulevardjournalismus zu ermöglichen, erfolgte zudem ein Interview mit einem Redakteur der *Kronen Zeitung*. Im Folgenden werden die untersuchten Medien und die jeweiligen Interviewpartner kurz vorgestellt.

11.3.1 Der Standard

Laut Media Analyse 2014 geben 410.000 Österreicher an, die unabhängige Tageszeitung *Der Standard* täglich zu lesen. Dies entspricht einer totalen Reichweite von insgesamt 5,7%, was die Tageszeitung zur am zweithäufigsten gelesenen Qualitätszeitung (nach dem *Kurier*) macht.⁵⁶¹ Mit 11,2% Reichweite in der Hauptstadt – das sind 168.000 Leser pro Tag – befindet sich *Der Standard* auch in Wien auf Platz zwei der auflagengrößten Qualitätstageszeitungen.⁵⁶²

⁵⁶¹ Vgl. Media Analyse 2014. Online unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2014&title=Tageszeitungen&subtitle=Total> (17.3.2015).

⁵⁶² Vgl. Media Analyse 2014. Online unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungBundeslandWien.do?year=2014&title=Tageszeitungen&subtitle=BundeslandWien> (17.3.2015).

Laut Mediadaten von *derStandard.at* hat die Seite pro Monat stolze 4,3 Millionen *Unique Clients*, was für verschiedene Endgeräte steht. Davon sind rund 1,8 Millionen *Unique User*. Insgesamt verzeichnet *derStandard.at* mehr als 20,6 Millionen *Visits* und ganze 96,8 Millionen *Page Impressions* – also Seitenaufrufe – monatlich.⁵⁶³ Dies macht *derStandard.at* sowohl im Vergleich zu *DiePresse.com* als auch *kurier.at* mit Abstand zur stärksten österreichischen Online-Qualitätszeitung.

Das erste der beiden Interviews wurde mit dem Fotoredakteur der Tageszeitung *Standard* durchgeführt. Auf Wunsch des Befragten wird sein Name nicht genannt; sein Transkriptionskürzel wird mit Anonym 1 (A1) angegeben. Das Leitfadeninterview wurde am 18.2.2015 um 18:00 Uhr in der Vorderen Zollamtstraße 13 im 3. Bezirk in Wien in einem Besprechungsraum der *Standard*-Redaktion durchgeführt und dauerte 45 Minuten. Der zweite Interviewpartner war Rainer Schüller (Kürzel: RS), stellvertretender Chefredakteur von *derStandard.at*. Das Gespräch fand einen Tag später, am 19.2.2015 gegen 16:30 Uhr ebenfalls im Redaktionsgebäude des *Standards* statt und nahm etwa 40 Minuten in Anspruch.

11.3.2 Der Kurier

Die österreichische, unabhängige und unparteiliche Tageszeitung *Der Kurier* verzeichnet 591.000 Leser pro Tag, was eine totale Reichweite von 8,2% ausmacht. Damit ist der Kurier, was die Qualitätstagesmedien betrifft, Österreich weit gesehen die auflagenstärkste Zeitung – deutlich vor *Standard* und *Presse*.⁵⁶⁴ Mit 16,5% Reichweite in Wien – das entspricht 247.000 Lesern täglich – hat der *Kurier* laut Media Analyse unter den Qualitätszeitungen auch in Wien die höchste Auflage.⁵⁶⁵

Die Reichweite des *KURIER Digital* (*kurier.at*) beträgt 2,9 Millionen *Unique Clients*, 33,8 Millionen *Page Impressions* und 8,1 Millionen *Visits* pro Monat. Im Quartal sind es rund 2,3 Millionen *Unique User*, was einem ungefähren monatlichen Wert von 575.000 ent-

⁵⁶³ Vgl. *derStandard.at*: Mediadaten. Online unter: <http://images.derstandard.at/2015/04/09/allgemeinePraesentationderStandardat150409.pdf> (9.4.2015).

⁵⁶⁴

⁵⁶⁵ Vgl. Media Analyse 2014. Online unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungBundeslandWien.do?year=2014&title=Tageszeitungen&subtitle=BundeslandWien> (17.3.2015).

spricht.⁵⁶⁶ Damit verzeichnet die Seite des *Kuriers* zwar mehr Clicks als *DiePresse.com*, bleibt aber weit abgeschlagen hinter der *Standard.at* mit fast dreimal so viele *Page Impressions*.

Beim *Kurier* erklärten sich sowohl ein Videoredakteur als auch die Chefin der Fotoredaktion zum Experteninterview bereit. Der erste Termin war am 20.2.2015 um 12:00 Uhr im *Kurier*-Redaktionsgebäude in der Muthgasse 28 im 19. Bezirk in Wien. Auf Wunsch des Redakteurs wurde das 25 Minuten dauernde Gespräch anonymisiert (Kürzel: Anonym 2 = A2) und lediglich das entsprechende Ressort (Video) genannt. Das zweite, in diesem Fall einstündige Interview mit der Fotoredakteurin Dragana Heiermann (Kürzel: DH) erfolgte in der darauf folgenden Woche, genauer gesagt am 26.2.2015 gegen 9:00 Uhr in einem Besprechungsraum in der *Kurier*-Redaktion.

11.3.3 Die Presse

Die *Presse* – ebenfalls unabhängige Tageszeitung für Österreich – hat laut Media Analyse eine gesamte nationale Reichweite von 4,2%, was 302.000 Lesern pro Tag entspricht.⁵⁶⁷ In Wien geben 7,7% an, täglich die *Presse* zu lesen. Dies macht eine Leserschaft von 115.000 Personen aus.⁵⁶⁸ Im Vergleich zu den anderen Qualitätszeitungen nimmt die *Presse*, ihre Auflage betreffend, damit sowohl im gesamtösterreichischen Schnitt als auch in Wien Platz drei nach *Kurier* und *Standard* ein.

DiePresse.com verzeichnet pro Monat rund 2,1 Millionen *Unique Clients*, 6,5 Millionen *Visits* und etwas mehr als 29,1 Millionen *Page Impressions*. Davon sind ca. 1 Million *Unique User*.⁵⁶⁹ Mit diesen Werten ist *DiePresse.com* auch online auf dem dritten Rang hinter *kurier.at*.

⁵⁶⁶ Vgl. KURIER Digital (Mediadaten). Online unter: <http://kurier.spunq.com/Preisliste+KURIER+Digital+2015.pdf/119.024.783> (9.4.2015).

⁵⁶⁷ Vgl. Media Analyse 2014. Online unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2014&title=Tageszeitungen&subtitle=Total> (17.3.2015).

⁵⁶⁸ Vgl. Media Analyse 2014. Online unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungBundeslandWien.do?year=2014&title=Tageszeitungen&subtitle=BundeslandWien> (17.3.2015).

⁵⁶⁹ Vgl. *DiePresse.com* (Mediadaten). Online unter: http://diepresse-wirtschaftsblatt.at/files/pdf/sdo_presse.pdf?_vl_backlink=/home/digital_crossmedia/keyfacts_oewa/index.do (9.4.2015).

Die beiden Experteninterviews erfolgten im Redaktionsgebäude der *Presse*, in der Hainburger Straße 33 im 3. Bezirk – das erste der beiden am 20.2.2015 um 16:30 Uhr mit dem *Presse*-Fotografen Clemens Fabry (Kürzel: CF). Das Gespräch fand in seinem Büro statt und dauerte 45 Minuten. Das zweite Interview mit dem Online-Redakteur Peter Huber (Kürzel: PH) wurde am 27.2.2015 um 9:00 Uhr im Pausenraum der Redaktion durchgeführt und die Fragen des Leitfadens in einer halben Stunde beantwortet.

11.3.4 Die Kronen Zeitung

National gesehen ist die *Kronen Zeitung* Österreichs auflagenstärkste Tageszeitung und eignet sich deshalb besonders als Vergleichswert für den Umgang mit Amateurfotografien im so genannten Boulevardjournalismus. Laut des Berichts der Media Analyse 2014 geben 31,6% der österreichischen Bevölkerung an, die *Krone* täglich zu lesen – das macht etwa 2,3 Millionen Leser pro Ausgabe. Damit ist sie mit Abstand die Zeitung mit der größten Reichweite und Auflage. Im Vergleich dazu verzeichnet die zweitstärkste Tageszeitung, die *Kleine Zeitung*, lediglich 11,9% und 864.000 Leser pro Tag. Die Gratisblätter *Heute* und *Österreich* erreichen national gesehen 13,8% bzw. 9,5% Reichweite, was in Summe eine Leserschaft von knapp 1 Million bzw. 685.000 täglich ausmacht.⁵⁷⁰ Lediglich im Bundesland Wien hat die Gratiszeitung *Heute* die *Kronen Zeitung* mittlerweile überholt: Während die *Krone* in der Hauptstadt von rund 24,3% täglich gelesen wird – dies sind etwas über 360.000 Menschen –, erreicht *Heute* laut Media Analyse mehr als 35% der Wiener – das macht ca. 520.000 Leser pro Tag. Die Gratiszeitung *Österreich* liegt in Wien mit 22,0% Reichweite und den entsprechenden 330.000 Lesern noch immer hinter der *Kronen Zeitung*. Die Reichweite der *Kleinen Zeitung* ist in Wien mit nur 0,8% – d.h. 13.000 Lesern pro Tag – im Vergleich dazu verschwindend gering und keine erwähnenswerte Konkurrenz.⁵⁷¹

⁵⁷⁰ Vgl. Media Analyse 2014. Online unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2014&title=Tageszeitungen&subtitle=Total> (17.3.2015).

⁵⁷¹ Vgl. Media Analyse 2014. Online unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungBundeslandWien.do?year=2014&title=Tageszeitungen&subtitle=BundeslandWien> (17.3.2015).

Die Online-Version *krone.at* verzeichnet für die Startseite rund 462.000 Leser und etwa 10,8 Millionen *Page Impressions* pro Monat.⁵⁷² Dies erscheint im Gegensatz zu den untersuchten Qualitätsmedien vergleichsweise gering, was die Vermutung nahe legt, dass die *Kronen Zeitung* weiterhin eher von ihrer enormen Auflagenstärke in der Druck-Variante profitiert.

Von der *Kronen Zeitung* erklärte sich leider lediglich ein Redakteur zu einem Gespräch bereit, das am 27.2.2015 gegen 16:30 Uhr stattfand. Interviewpartner war Gregor Brandl, stellvertretender Chefredakteur der *Krone*-Lokalredaktion. Aufgrund von anderweitigen Terminverpflichtungen konnten leider nicht alle Fragen ausführlich besprochen werden und der Redakteur beendete das Gespräch frühzeitig nach knapp 25 Minuten.

⁵⁷² Vgl. *krone.at* | Mediadaten 2014. Online unter: http://info.krone.at/Ueber_krone.at/Mediadaten_2014_V3.pdf (17.3.2015).

12. Darstellung der Ergebnisse – Beantwortung der Forschungsfragen

Im Folgenden werden die aus den Experteninterviews gewonnenen Ergebnisse dargestellt und im Zuge dessen die Forschungsfragen nacheinander beantwortet. Dafür wurden die in den Transkriptionsprotokollen niedergeschriebenen Interviews vorab mit Hilfe des aufgestellten Kategoriensystems⁵⁷³ abgearbeitet und die jeweiligen Antworten den entsprechenden Fragestellungen zugeordnet. Im Anschluss daran wurden anhand relevanter Aussagen der Experten im Zuge der Beantwortung Kongruenzen und etwaige Unterschiede herausgearbeitet und gegenübergestellt. Auffällige Besonderheiten im Boulevardjournalismus, für den ein Redakteur der *Kronen Zeitung* exemplarisch interviewt wurde, werden gesondert angeführt und somit vergleichend hinzugezogen. Den Ergebnissen aus den Leitfadenbefragungen werden zudem die in der Theorie gewonnenen Erkenntnisse zur Seite gestellt, um die Forschungsfragen so umfassend wie möglich zu beantworten. Jeder Abschnitt schließt dann mit einer Kurzzusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse ab.

12.1 Vor- und Nachteile

Forschungsfrage 1: Welche Vor- und welche Nachteile ergeben sich für die Journalisten grundsätzlich durch Amateuraufnahmen?

12.1.1 Pro: Amateuraufnahmen als Mehrwert

Fragt man nach den Vorteilen digitaler Amateuraufnahmen für die professionelle Berichterstattung, so erhält man von den interviewten Experten der untersuchten Medien stets eine deckungsgleiche Antwort: Während Redakteure und Agenturen nicht überall sein können, sind aber mitunter Amateure vor Ort, wenn unvorhergesehen Berichtenswertes geschieht. Dies gilt sowohl für lokale Ereignisse als auch für Geschehnisse an abgelegenen Orten irgendwo in der Welt, wie der befragte Fotoredak-

⁵⁷³ Vgl. Kapitel 11.1.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

teur des *Standards* in diesem Zusammenhang bemerkt: „Die Vorteile liegen natürlich darin, dass die Amateure [...] überall sind. [Sie] [...] können genauso die Ereignisse im Grätzel vom umgefallenen Mistkübel im Gemeindebau wie auch [...] den Asteroideineinschlag in der Sibirischen Steppe dokumentieren, wo dann oft keine Profis vor Ort sind.“ (A1) Damit scheint sich die in der Theorie aufgestellte Hypothese einer im Fahrwasser der Digitalisierung möglich gewordenen „flächendeckenden Beobachtung und Dokumentation der Wirklichkeit“⁵⁷⁴ zu bestätigen. Dem pflichtet auch die *Kurier*-Fotoredakteurin Dragana Heiermann bei und identifiziert darin einen klaren journalistischen Mehrwert: „[Ein] Vorteil ist natürlich: Wir können nicht überall sein. Oft passieren Dinge und wenn dann jemand mit einem Handy vor Ort ist und uns das zur Verfügung stellt oder [...] auf Facebook postet, dann [...] könnte es ein journalistischer Mehrwert sein.“ (DH) Und dies nicht nur, weil Profis eben nicht omnipräsent sind, sondern auch, weil mit diesen Amateuraufnahmen möglicherweise eine größere Aktualität gegeben ist und das Medium durch sie „mehr zeigen kann“:

Wenn jetzt zum Beispiel ein Foto [...] den Hergang [...] skizziert [...], bevor wir dort sind. Also das sind oft Zufälle, das ein Leser draußen ist und sagt: ‘Ok, das habe ich gesehen, ich habe es fotografiert. Ist es von Nutzen von euch?’ Natürlich ist es von Nutzen für uns[,] [...] [d]ass wir vielleicht aktueller sind als andere Medien, dass wir vielleicht mehr zeigen können – das ist in jedem Fall ein Vorteil. (DH)

Auch diese Aussage deckt sich mit der Theorie: Da Verbrechen, Unfälle oder Katastrophen in der Regel völlig unvorhergesehen geschehen und zum Teil ganz schnell wieder vorbei sind, treffen Profis meist zu spät am Ort des Geschehens ein. Doch weil kleine Digitalkameras massenhaft verbreitet und Kameras und Mikros mittlerweile sogar häufig ins Handy integriert sind, ist die Wahrscheinlichkeit von „Schnappschüssen“ durch Amateure – wie gezeigt werden konnte – heute deutlich größer.⁵⁷⁵ Wenn hier von Amateuraufnahmen die Rede ist, sind also vor allem jene *Zufallsaufnahmen* gemeint, die aus einer unvorhergesehenen Situation heraus entstehen. Mitunter handelt es sich dabei um das einzige existierende Dokument von einem bestimmten Ereignis, sodass auch Qualitätsmedien auf dieses Bildmaterial angewiesen sind, wenn sie das Geschehen bildlich darstellen wollen. Ein regionales Beispiel, das Online-Redakteur Peter Hu-

⁵⁷⁴ Neuberger: *Durchmarsch der Amateure*, S. 40.

⁵⁷⁵ Vgl. ebda sowie Kapitel 8.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

ber von der *Presse* nennt, sind etwa die starken Schneefälle im vergangenen Winter in Kärnten: „[D]a hat irgendwer [...] sein Foto geschickt, weil das wirklich schneemäßig arg war.“ (PH) Weitere Beispiele mit einem dramatischen Hintergrund sind etwa die Bilder vom Seilbahnunglück in Kaprun oder – sieht man über den Tellerrand des Landes hinaus – auch die Aufnahmen des Flugzeuganschlags auf das *World Trade Center* in New York, die Clemens Fabry, Fotograf bei der Tageszeitung *Presse*, anführt:

Als die Schrägseilbahn mitten im Tunnel zu brennen angefangen hat [...], da hat es Fotos gegeben von der Ausstiegsstation oben am Berg, wo der Rauch rauskommt aus diesem Loch und das hat ein Amateur gemacht. [...] Das war das einzige Bild von dem Moment, wo dieser Wagen gebrannt hat. [Denn] natürlich [...] sind keine Agenturen dort und warten darauf, dass was passiert [...]. Genauso beim *World Trade Center*. Da gibt es schon Agenturaufnahmen, aber die wirklichen Aufnahmen von dort sind eigentlich alles Amateure, weil sonst niemand dort war. Es rechnet ja auch niemand damit. (CF)

In die Sparte der Amateurfotografien gehören auch „Aufnahmen von der Freiwilligen Feuerwehr, wenn die gerade bei Unfällen sind. Oder vom ÖAMTC, wenn die gerade eine Massenkarambolage fotografieren.“ (CF) Diese kommen laut Clemens Fabry allerdings selten direkt vom Bildproduzenten, sondern meistens über Presseagenturen in die Redaktionen, denn es sei „meistens so, dass die *Austria Presse Agentur* [den Amateuren] die Bilder abkauft und dann weiter zur Verfügung stellt.“ (CF) Dies bestätigt auch Peter Huber: „Über die APA kommt ja auch fast alles [...]. [I]n der Chronik ist es dann zum Beispiel so: Die haben [...] den Kontakt zu Freiwilligen Feuerwehren. Das sind ja jetzt auch halb-private Bilder, wenn man so will [...]. Oder von Autounfällen gibt es das auch immer wieder mal.“ (PH) Allerdings können Agenturen das entsprechende Bildmaterial eben nicht immer liefern. Den Vorteil, mithilfe von Amateuraufnahmen Ereignisse dokumentieren zu können, von denen es sonst keinen Bildnachweis gäbe, nennt auch Rainer Schüller, stellvertretender Chefredakteur des *Online-Standards*, und fasst diesen Pluspunkt noch einmal sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene zusammen:

[D]ie Vorteile sind, dass wir von vor Ort Fotos bekommen, die wir sonst über die Agenturen nicht bekommen. [...] [We]nn man es jetzt auf Österreich beschränkt[,] gibt es oft vor allem bei Naturereignissen, wenn es starke Schneefälle[,] [...] Unwetter [...] [oder] Katastrophen gibt[,] [...] von den Presseagenturen wenig [...] bis gar keine Fotos, vor allem wenn das irgendwo in Gebieten ist, wo wir [...] keine Fotografen vor Ort haben. Da

ist es sehr von Vorteil, wenn man Bildmaterial von Usern, von Bürgern, von Menschen bekommt, die vor Ort sind und Fotomaterial [...] sei es gratis oder verkauft zur Verfügung stellen. [...] Der Vorteil international ist eigentlich ähnlich. Da geht es auch darum, dass, wenn irgendwo irgendetwas passiert, dann sind die Medien nicht überall vor Ort, sondern die Bürger, Bürgerjournalisten sind vor Ort und stellen Fotos auf Twitter und auf die sozialen Netzwerke. (RS)

Amateure liefern also Fotos von Orten und Ereignissen, die man vorher nicht bekommen hätte, weil es von Agenturen oder Pressefotografen eben keine Aufnahmen gibt – und dies gilt sowohl national als auch international. Damit ist die Welt scheinbar ein Stück näher zusammengerückt und auch in den kleinsten Winkeln genauer beobachtbar geworden, was die Annahme einer flächendeckenden Dokumentation bestätigt.⁵⁷⁶ „[D]er große Vorteil ist, dass die Welt durch die Bürgerjournalisten sehr viel genauer beobachtet wird als durch die Journalisten beobachtet werden kann, weil nicht jeder so ein breites Korrespondentennetz und schon gar kein Fotografennetz aufbauen kann.“ (RS) Aus diesem Grund sieht Rainer Schüller in Amateuraufnahmen in Summe ein Plus für die professionelle Berichterstattung: „[I]ch glaube, es ist in Summe ein Vorteil, mehr Möglichkeiten zu haben, hinzuschauen auf die Gebiete wo man vorher nicht über das Foto hinschauen hat können. Das gilt genauso für Video wie für Foto.“ (RS)

Der Grund, dass Passanten nunmehr vom einfachen „Augenzeugen“ zu Bildlieferanten von Unglücken oder spektakulären Ereignissen werden, ist jener, dass ihnen durch die zunehmende Verbreitung der Digitaltechnik mehr oder weniger dieselben Distributionskanäle zur Verfügung stehen wie hauptberuflichen Fotojournalisten.⁵⁷⁷ Zudem können digitale Fotos theoretisch direkt vom Smartphone in die Redaktion geschickt werden.⁵⁷⁸ Ein großer Vorteil von Amateuraufnahmen, der damit eng zusammenhängt, ist also der Zeitfaktor, da dieses Bildmaterial in der Regel einfach schneller zur Verfügung steht. Wie Peter Huber anmerkt, greifen Redakteure also zum Teil auf Laienfotos zurück „damit man [...] schneller ein Foto hat.“ (PH) Dies bestätigt auch der befragte Videoredakteur des *Kuriers*: „Es geht viel schneller, als wenn man selber was machen würde. Und das ist das Wichtigste.“ (A2) Für das Online-Geschäft gilt dies noch um

⁵⁷⁶ Vgl. Kapitel 8.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁷⁷ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 127.

⁵⁷⁸ Vgl. Neuberger: Durchmarsch der Amateure, S. 40.

einiges mehr als für den Print-Bereich: „Das Online-Business ist einfach so irrsinnig schnell und wenn man etwas ein paar Stunden später bringt, dann ist das ein alter Hut. [...] Wenn man es zur Verfügung gestellt bekommt, dann nehmen wir es natürlich.“ (A2) Bis der eigene Fotograf vor Ort ist, kann sich die Lage dort schon wieder so weit verändert haben, dass sich die Situation ganz anders darstellt. So konstatiert die *Kurier*-Fotoredakteurin: „Man hat natürlich andere Bilder als [wenn] wir warten, bis unser Fotograf da ist, da vergeht vielleicht eine halbe Stunde, Stunde. [Das] [i]st schon ein ganz anderer Schauplatz, weil alles abgedeckt ist. Da sieht das noch relativ pur aus.“ (DH)

In diesem „sehr naive[n]“ (DH) Zugang von Amateurfotografen kann bisweilen auch ein ästhetischer Mehrwert stecken, weil hier mitunter ganz außergewöhnliches Bildmaterial entsteht. Laut Heiermann sei dies zum Teil

ein wundervoller Zugang, weil es auch sehr pur ist. Also wenn das Situationen [sind], die jetzt nicht für jemanden schädigend sind, dann können da wirklich auch tolle Sachen rauskommen. [...] Auch ein Vorteil. Und wenn da ein Gebrechen ist, das eher einen Witz hat, wie – ich weiß nicht – der Hochstrahlbrunnen funktioniert nicht, eine Fontäne geht und ein Hund steht drinnen und man schickt uns das, [dann] ist das wiederum etwas Wundervolles, was wir gerne bringen, wenn eine Hitzewelle ist und wir gerade nicht vor Ort sind und eigentlich genau so etwas abbilden wollen. [...] Und [es] hat Charme und Witz. (DH)

Daneben spielt in diesem Kontext also auch der Faktor *Visualisierung* eine Rolle: Zum einen, wenn die Amateuraufnahme eben genau das darstellt, was man zeigen möchte, zum anderen, weil man *ohne das Bild* eben womöglich nur den Text hätte. *Mit dem Foto* wird der Redakteur wiederum in die vorteilhafte Lage versetzt, „gewisse Dinge darstellen [zu können], die man sonst nicht darstellen könnte und [...] die Geschichte [so] einfach besser rüberbringen [...] [und] die Geschichte gleich anders visualisier[en] [zu können] als wenn [man] einfach nur einen Text hätte.“ (PH) So kann das Geschehen eventuell nicht nur anschaulicher und besser illustriert werden, sondern die Berichterstattung wird womöglich sogar „exklusiver, wenn das Amateuraufnahmen sind von jemandem, der sie [nur] einem bestimmten Medium gibt.“ (PH) Die Möglichkeit der bildlichen Illustration bringt auch den Faktor *Authentizität* mit hinein, der in der Theorie bereits als wichtiges Charakteristikum der Fotografie an sich und der Amateurauf-

nahme im Speziellen herausgearbeitet wurde.⁵⁷⁹ Bilder – und eben gerade jene von Laien – vermitteln eine besondere Glaubwürdigkeit; und zwar nicht nur, weil sie in besonderem Maße „die Authentizität des Ereignisses rüberbring[en]“ (PH), sondern auch, weil sie das Geschehen „letztlich sogar wahrhaftiger [machen], weil es greifbarer ist und besser verstehbar.“ (PH)

Neben den von den befragten Redakteuren genannten Vorteilen, bringen Amateuraufnahmen aber auch zahlreiche Nachteile mit sich, die im folgenden Abschnitt umrissen werden.

12.1.2 Contra: Probleme mit Amateuraufnahmen

Der wohl größte Nachteil bei der Verwendung von Amateuraufnahmen in der tagesaktuellen Berichterstattung ist die unklare Rechtslage. Während mit Agenturen klare Vereinbarungen herrschen und auch mit Profis die Urheber- und Nutzungsrechte einfach zu klären sind, ist die Verwendung von Amateurfotografien wegen des Fehlens eindeutiger Vereinbarungen rechtlich nicht abgesichert. Der *Standard*-Fotoredakteur bemerkt in diesem Zusammenhang, „ein [...] großes Problem ist natürlich das Urheberrechtliche. Wenn wir mit Agenturen oder Profi-Fotografen zusammenarbeiten, dann gibt es klare Vereinbarungen in der Regel. Bei Amateuraufnahmen ist das oft ein Graubereich, wo man dann von Fall zu Fall [...] die Regeln ausmachen muss.“ (A1) Die Urheberrechtslage ist also ein großes Problem. Auch die Fotoredakteurin des *Kuriers* gibt an, die Verwendung solcher Fotos sei „rechtlich [...] nicht abgesichert. Also wir könnten riesige Probleme bekommen, denn man kann uns natürlich klagen. Wir haben das Urheberrechtsgesetz in jedem Fall [...].“ (DH) Seriöse Medien versuchen folglich ihr Bestes, nicht gegen Urheberrechte zu verstoßen und dementsprechend das Einverständnis zur Verwendung des jeweiligen Bildes beim Bildproduzenten entsprechend einzuholen. Nun beginnen die Probleme mit Amateurfotografien oftmals aber schon dabei, den tatsächlichen Urheber ausfindig zu machen, mit ihm in Kontakt zu treten und so die Nutzungsrechte für das Bild abzuklären. Denn dies ist mit einem großen Recherche-

⁵⁷⁹ Vgl. Hatcher/Itzek/Schröter: Saddam am Galgen, S. 26 sowie Kapitel 2.2 und 2.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

aufwand verbunden, der tagtäglich viel Zeit in Anspruch nimmt. So hält Dragana Heiermann in diesem Zusammenhang fest:

Bei uns sind die Chronik-Leute [...] sehr viel damit beschäftigt, [...] zu recherchieren [und] dann in Kontakt zu treten [...], weil [...] plötzlich viele, viele Plätze in Wien und Umgebung oder in ganz Österreich mit Nachrichten aufpoppen, die früher so nicht stattgefunden hätten. Da sind wir dann natürlich [...] in der Not, dem auch nachzugehen und das ist eigentlich dann oft die Recherchearbeit, die so wahnsinnig viel Zeit kostet. (DH)

Im Sinne eines Informationsjournalismus, bei dem Redakteure als objektive und neutrale Informationsvermittler zwischen faktischen Ereignissen und dem Gesellschaftssystem auftreten,⁵⁸⁰ nehmen Qualitätsmedien diesen Mehraufwand offenkundig in Kauf. Geltenden journalistischen Normen entsprechend muss es auch ein Anspruch seriöser Medien sein, ihre Quellen sorgfältig zu überprüfen.⁵⁸¹ Ein grundlegendes Problem in diesem Zusammenhang ist allerdings die Menge des angebotenen Materials, die eben einerseits einen enormen Rechercheaufwand produziert, Redakteure zum anderen aber auch vor die Herausforderung stellt, tatsächlich verwendbare Fotografien in der „Flut“ an hereinkommendem Bildmaterial zu sichten, wie Dragana Heiermann weiter ausführt: „[W]ir kriegen sehr viel angeboten. Das heißt also, es kommen täglich sehr viele Anfragen rein: ‘Habt ihr nicht Lust? Die Kirschenblüte in den Weinbergen wundervoll gerade heute Morgen fotografiert.’ Und, und, und, und, und. Das ist halt eine Flut, die halt Überhand nimmt [...]“. (DH) Vor allem gilt dies für jenes Material, das im Netz und auf sozialen Netzwerken kursiert, wie der stellvertretende Online-Chefredakteur des *Standards*, Rainer Schüller, konstatiert:

Und die Nachteile sind eben – das ist, glaube ich, eher international das Problem – dass die sozialen Netzwerke zugemüllt werden mit Fotos, [...] die nicht vom Urheber kommen, sondern [...] weiter verbreitet werden [...]. [E]s kommt auch oft vor, [...] dass behauptet wird, das ist ein Foto von dem Ereignis, was sich aber dann als falsches Foto entpuppt. Und da muss man sehr, sehr vorsichtig sein, [und] sehr viel Erfahrung [...] haben, um zu erkennen, ob das jetzt eine vertrauenswürdige Quelle ist oder ob das jetzt ein falsches Foto ist. (RS)

⁵⁸⁰ Vgl. Weischenberg: Journalistik, Band 2, S. 112-113 sowie Kapitel 4.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁸¹ Vgl. Haller: Lässt sich die Medienfreiheit globalisieren, S. 26-27; vgl. außerdem Abbildung 4 der vorliegenden Magisterarbeit.

Häufig ist hier also nicht nur die Urheberrechtslage unklar, sondern auch die Quellenlage an sich schwierig. Denn Amateuraufnahmen werden zum Teil ohne Einwilligung des tatsächlichen Bildproduzenten einfach weiterverbreitet und die Copyright-Information, die ja an sich eine Pflichtangabe darstellt,⁵⁸² geht dabei offenbar all zu oft verloren. Auch die Frage, inwiefern die Quelle vertrauenswürdig ist oder hier ein „falsches Foto“ als echtes „verkauft“ wird, ist ein Problem, wie im obigen Zitat deutlich wird. Diese Problematik wurde auch im Theorieteil dieser Untersuchung bereits ausführlich beleuchtet.⁵⁸³ Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass die Rechtsunsicherheit bei Fremdmaterial von Laien häufig problematisch ist – und dies nicht nur hinsichtlich des Copyrights, sondern auch im Hinblick auf die Verwendungsrechte bei abgebildeten Personen. Clemens Fabry erklärt dazu:

[E]in ganz wesentlicher Punkt [...], wenn irgendwelche Menschen drauf sind, ist die Rechtssicherheit. [...] [D]ie Zeitung und die Bildagenturen liefern Rechtssicherheit, wenn sie ein Bild zur Verfügung stellen. D.h. die Leute, die darauf zu sehen sind, haben ihre Einwilligung gegeben bzw. sind Personen des öffentlichen Lebens, d.h. sie müssen damit rechnen, dass sie fotografiert werden. (CF)

Diese Sicherheit fehlt bei Amateuraufnahmen aufgrund der fehlenden Professionalisierung offenkundig.⁵⁸⁴ Auch die mangelnde Kenntnis journalistischer und ethischer Standards sowie publizistischer Grundsätze auf Seiten der Laienfotografen, spielt hier wohl mit hinein.⁵⁸⁵

Ein weiterer Minuspunkt, der sich bei Amateurbildern identifizieren lässt, ist rein „technischer Natur“ (A1). So lässt sich laut des *Standard*-Fotoredakteur qualitativ ein deutlicher Unterschied zu professionellen Fotografien ausmachen: „Die Aufnahmen haben [...] in der Regel nicht die Qualität die Profi-Aufnahmen haben.“ (A1) Stattdessen sind die sie von der Auflösung her häufig unzureichend, dementsprechend „verpixelt“ und deshalb nicht druckfähig. So schätzt Heiermann, sie seien „[f]ür den Druck [...] zu 90% nicht zu gebrauchen. Bei den Amateurfotos ist es natürlich auch so, dass sie

⁵⁸² Vgl. Österreichisches Urheberrechtsgesetz: Gesamte Rechtsvorschrift für Urheberrechtsgesetz sowie Kapitel 9.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁸³ Vgl. Kapitel 6.2.4 sowie insbesondere Kapitel 7 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁸⁴ Vgl. Kapitel 8.5 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁸⁵ Vgl. Kapitel 4.4 sowie 9.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

meistens dann von der Pixelanzahl eigentlich unbrauchbar sind.“ (DH) Auch Berufsfotograf Fabry identifiziert die mangelhafte Bildqualität als ein häufiges Problem. Gerade auch, wenn es sich um spontane *Smartphone*-Schnappschüsse handelt, sind die technischen Möglichkeiten stark begrenzt. Hier muss man häufig Abstriche machen, sofern man solch ein Bild verwenden möchte, wie Profi-Fotograf Fabry erklärt:

[Die] Bildqualität ist wirklich ein Nachteil, mit dem man eben leben muss, weil die Handys alle zerkratzte Linsen haben. Die Bildqualität ist wirklich bei so einem Wetter, wie es heute ist – blauer Himmel, Sonnenschein – dann machen Handys gute Bilder. Aber sobald es darum geht, dass es dunkel ist, dass etwas sich bewegt, dass man eine gewisse Bildinformation besonders braucht oder allein, wenn es ins Kreative geht. Da ist beim Handy Schluss. Da muss man irgendwas nehmen, was das Handy halt anbietet an kreativen Möglichkeiten und dann ist es vorbei. Eigentlich ist es meistens die Bildqualität. (CF)

Ein weiterer „ganz wesentlicher Punkt ist das Entgelt“ (CF), wie Fabry konstatiert. Auch Peter Huber nennt die „Kostenfrage“ (PH) als einen großen Nachteil. Ein Grund dafür ist, dass es hier ebenfalls an klaren Vereinbarungen mangelt, was also bedeutet: „Dann verhandelt man [...]. Also dann sieht man sich das Bild an. Kommt auf die Größe an. Wenn ich ein Handycam-Foto habe, das ich zweispaltig abbilden kann und das ist genau fünf Zentimeter groß, werde ich natürlich jetzt nicht den vollen Tarif zahlen, sondern werde versuchen, zu verhandeln [...]“ (DH), so die Fotoredakteurin des *Kuriers*. Ein großes Problem besteht allerdings auch darin, dass es sich so manche Tageszeitung oftmals gar nicht leisten kann, noch zusätzliche Honorare an Amateurfotografen zu zahlen, wie Huber beispielsweise für die *Presse Online* festhält:

Also wir online machen das eigentlich nie mit Honorar, weil das einfach in unserem Budget nicht drin ist. Also wenn, dann kann das nur jemand sein, der uns das zur Verfügung stellt. Da nimmt man dann natürlich das Bild. [...] [W]enn man es gratis kriegt, nehmen wir es natürlich gerne [...] [A]ber wenn es was kostet, können wir uns das eigentlich nicht leisten zusätzlich zu dem, was die Agenturen eh liefern. [D]as sind dann [...] Pauschalen, die für das ganze Haus [gelten]. Und dann haben wir eh den Clemens Fabry und noch andere [freie Fotografen]. (PH)

Folglich birgt die Verwendung von Amateurfotografien – sofern diese nicht unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden – neben der Rechtsfrage zum Teil auch ein Budget-Thema. Bilder von professionellen Fotografen und auch jene von Agenturen haben

demnach auf zweifache Weise einen Vorteil gegenüber Amateuraufnahmen, wie Dragana Heiermann herausstreicht:

Es ist im Handling einfacher und es ist eine Preisfrage, weil alle großen Medienverlage Pauschalen haben. Also wir zahlen monatlich an die und die Agentur den Preis. Ob wir jetzt 5 Fotos oder 5000 verwenden interessiert keinen. Daher ist natürlich eine Überlegung – man hat natürlich auch unterschiedliche Preise. [...] Ein Hochglanzprodukt hat [...] einen anderen Preis für einen Fotografen als die Tageszeitung. Das heißt, ich muss mir dann überlegen, will ich vier-, fünfhundert Euro zahlen? Zahlt sich das aus? Und das muss man dann einfach abwägen. Und man muss es recherchieren – und man recherchiert es manchmal leider zu Tode und nicht zu Gunsten des Amateurs. (DH)

Im direkten Vergleich zu den Bildern von Agenturen sind Amateuraufnahmen also deutlich umständlicher in der Handhabung. Nicht nur, was den zusätzlichen Rechercheaufwand zur Urheberrechtslage und den Nutzungsrechten, sondern auch, was die Kostenfrage anbelangt. Aus diesem Grund ziehen Amateurfotos gegenüber professionellen Aufnahmen häufig den Kürzeren.

12.1.3 Vergleich: Abweichungen im Boulevard

Bein der Verwendung von Amateurfotografien lassen sich auch für den so genannten Boulevardjournalismus bestimmte Vorteile, aber auch gewissen Nachteile festmachen. Für die *Kronen Zeitung* bieten Amateuraufnahmen den außerordentlichen Pluspunkt, „dass man näher dran ist am Geschehen“ (GB), wie Gregor Brandl, stellvertretender Chefredakteur der *Krone*-Lokalredaktion, festhält. Durch „Leserreporter-Fotos“ kann also – gerade auch durch die besondere Authentizität, die Amateuraufnahmen zu vermitteln scheinen⁵⁸⁶ – eine intensive Nähe zu den Ereignissen geschaffen werden, die in dieser Form zuvor nicht möglich war:

Das heißt in der Regel ist es so, dass der Leserreporter in Zeiten des Smartphone einfach näher dran ist als der Fotograf oder der Redakteur. Denn der Leserreporter ist eben da, wenn es passiert. Und er nimmt halt heute das Smartphone raus und drückt ab – das hat es früher halt nicht gegeben. Der ist on location, der ist live dabei und der Reporter meistens nicht [...]. Das ist natürlich ein irrsinniger Vorteil, weil man viel näher an die Geschichten rankommt als früher. (GB)

⁵⁸⁶ Vgl. Kapitel 2.2 und 2.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

Damit identifiziert er einen „absolut[en] Mehrwert“ (GB) für die Lokalberichterstattung. Im Vergleich zu tagesaktuellen Qualitätszeitungen nehmen Amateurfotografien im Boulevard in Form von Leserreporterfotos aber einen besonderen Stellenwert ein. So sind Leserreporterfotos mittlerweile ein „wichtiger Bestandteil der Lokalredaktion“ (GB) und gehören laut Brandl „zum Alltag dazu“ (GB). Folglich sind Amateurfotos gerade im Lokalteil kaum mehr wegzudenken.⁵⁸⁷

Ein Nachteil, den auch der befragte Redakteur der *Kronen Zeitung* nennt, ist jedenfalls auch die Qualität der Aufnahmen. Auch bei der *Krone* muss das Amateurmaterial einem gewissen qualitativen Mindestmaß gerecht werden – tun sie dies nicht, fallen sie für die Verwendung weg. So bemerkt Gregor Brandl in diesem Zusammenhang: „Wir kriegen teilweise Videos, wo einfach die Qualität so schlecht ist, dass ich sage: ‘Ok, das kann ich nicht bringen’.“ (GB)

Im Gegensatz zu den untersuchten Qualitätszeitungen zahlt die *Kronen Zeitung* für Leserfotos einen Pauschalbetrag von rund 50 Euro. Dementsprechend scheint sich die Honorarfrage hier gar nicht zu stellen. In diesem Zusammenhang taucht allerdings ein ganz anderes Problem auf: Fotobeiträge des Lesepublikums bringen scheinbar einen zusätzlichen Konkurrenzfaktor in den „Boulevard“ mit hinein – Brandl spricht hier wortwörtlich vom „Kampf um die Leserfotos“ (GB), was er folgendermaßen erklärt: „Die Konkurrenz schläft nicht. Der Konkurrenzkampf ist prinzipiell hart am Tageszeitungsmarkt und wird durch diese Sachen wie Leserreporterfotos noch weiter verstärkt. Ja, es ist immer auch schon um den Kampf der Fotos gegangen, natürlich, aber heute ist es auch der Kampf um die Leserfotos. [...] Oft ist es auch Glücksache.“ (GB) Hier deutet sich in jedem Fall ein weiterer Unterschied zu den Qualitätszeitungen an. Nicht nur, dass diese nicht so sehr auf Amateuraufnahmen angewiesen sind, sondern auch, dass sie es als keine Konkurrenz betrachten, wenn andere Medien Amateuraufnahmen verwenden. Doch dazu an späterer Stelle mehr.⁵⁸⁸

⁵⁸⁷ Vgl. dazu auch Kapitel 8.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁸⁸ Vgl. Kapitel 12.4.2 und 12.6.1 der vorliegenden Magisterarbeit.

12.1.4 Zusammenfassung

Von den befragten Redakteuren wurden folgende Vorteile durch Amateuraufnahmen für die tagesaktuelle Berichterstattung genannt: Nach dem Alltagsverständnis sind unter diesen Aufnahmen solche Fotos zu verstehen, die mehr oder weniger unvorhergesehen entstehen. Amateure sind zufällig vor Ort und dokumentieren Ereignisse, für die es ansonsten keinen Bildbeleg geben würde, weil keine professionellen Fotografen vor Ort sind. Dies gilt sowohl national im Kleinen als auch international im Großen. Dadurch ergibt sich ein journalistischer Mehrwert, da die Welt genauer beobachtbar wird und durch die schnelle Verfügbarkeit der Aufnahme möglicherweise auch eine größere Aktualität gegeben ist. Ein weiterer Pluspunkt ist die Möglichkeit der Visualisierung einer Geschichte, da das Bild große Authentizität vermittelt. Durch den „puren“ und mitunter „naiven“ Zugang von Amateurfotografen kann sich bisweilen auch ein ästhetischer Mehrwert herauskristallisieren. Deutliche Nachteile gegenüber professionellen Fotografien liegen in der oftmals unsicheren Urheberrechtslage bei Amateuraufnahmen. Während Agenturen Rechtssicherheit bei der Verwendung von Bildmaterial mitliefern und zwischen ihnen und den Redaktionen in der Regel Preis-Pauschalen vereinbart sind, stellt sich bei Amateuraufnahmen nicht nur die Frage nach dem Urheber und den Nutzungsrechten, sondern auch die Kostenfrage. Eine unklare Quellenlage erfordert zusätzlichen Rechercheaufwand, was durch die „Flut“ an angebotenem Material noch erheblich erschwert wird. Dadurch sind Amateuraufnahmen im direkten Vergleich zu professionellen Aufnahmen im Handling aufwendiger. Daneben erweist sich die technische Qualität mitunter als weiteres Problem, weil die Aufnahmen häufig nicht die nötige Auflösung besitzen – speziell für die gedruckte Tageszeitung.

Der befragte *Krone*-Redakteur nennt für den Boulevard ebenfalls den Vorteil einer größeren „Nähe zum Geschehen“. Amateuraufnahmen in Form von so genannten „Leserreporterfotos“ sind gerade im Lokalteil kaum mehr wegzudenken. Doch auch im Boulevard müssen die Bilder für die gedruckte Zeitung ein qualitatives Mindestmaß erfüllen. Ein großer Unterschied zu den Qualitätsmedien lässt sich daran festmachen, dass die *Kronen Zeitung* ihren Lesern ein niedriges, pauschalisiertes Honorar für jedes Leserfoto zahlt. Zudem kommt im Boulevard mit Amateuraufnahmen offenbar ein weiterer Konkurrenzfaktor mit in Spiel, nämlich der Kampf um die besten Leserreporterfotos.

12.2 Richtlinien im Umgang

Forschungsfrage 2: Welche Richtlinien gelten für (Bild-)Redakteure im Umgang mit digitalen Amateuraufnahmen im Vergleich zu professionellen Aufnahmen?

Die publizistischen Grundsätze des Journalismus verlangen Korrektheit und Gewissenhaftigkeit sowohl bei der Recherche als auch bei der Wiedergabe von Informationen. Dazu zählt auch ein redlicher Umgang mit Bildmaterial.⁵⁸⁹ Neben der zwingenden Einhaltung des Urheberrechts, sind auch Formen der inhaltlichen Bildmanipulation grundsätzlich untersagt, was in der Theorie natürlich auch im Kontext von Amateuraufnahmen Geltung besitzt.⁵⁹⁰ Für die Praxis konnten aus den Experteninterviews folgende Erkenntnisse hinsichtlich der vorhabenden Richtlinien im Umgang mit Amateurfotografien gewonnen werden:

Vorab lässt sich festhalten, dass es an sich keine besonderen Richtlinien im Umgang mit Amateurfotografien gibt – zumindest nicht im Vergleich zu professionellen Aufnahmen. So konstatiert etwa *Kurier*-Fotoredakteurin Dragana Heiermann: „[N]ein, sie weichen nicht ab.“ (DH) Auch Peter Huber von der Presse bestätigt, dass Amateuraufnahmen im Grunde „mehr oder weniger“ (PH) behandelt werden wie jedes andere Bild eines Profis. Abweichungen im Handling scheinen sich lediglich durch die Honorarfrage oder die zum Teil unklare Urheberrechtslage zu ergeben, die mitunter aufwendige, zusätzliche Recherche nötig macht. Große Qualitätsunterschiede bei den Bildern sowie Unkenntnis ethischer und journalistischer Standards bei den Amateuren⁵⁹¹ bedingen zudem, dass so manches Amateurfoto einer genaueren Prüfung unterzogen werden muss und mitunter dann auch für die Berichterstattung ausscheidet. Im Detail lassen sich die Richtlinien zur Handhabung mit Amateuraufnahmen folgendermaßen zusammenfassen: Zunächst lässt sich durch die erwähnte, zum Teil mangelhafte Bildqualität grundsätzlich ein Unterschied bei der Verwendung in der Online- und Print-Version der Medien ausmachen. So erklärt der Fotoredakteur des *Standards* hierzu:

⁵⁸⁹ Vgl. Kapitel 9.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁹⁰ Vgl. Kapitel 9.3 sowie 4.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁹¹ Vgl. Kapitel 9.3, 9.4 sowie 8.5 der vorliegenden Magisterarbeit.

Ja, man müsste [hier] ziemlich differenzieren. Es gibt die Zeitung, es gibt der standard.at, wo die Nutzung von Amateurmaterial auch nicht unbedingt einheitlich ist. Es gibt ja mittlerweile Bereiche auch auf unserem Portal, die ausdrücklich auf User und Userinnen zugehen und auch deren Material einfordern oder sie [...] auffordern, Material zuzusenden. Wenn das von deren Seite freiwillig geschieht, ist man meistens auch rechtlich aus dem Schneider. In der Tageszeitung schaut es ein bisschen anders aus. Da scheitert es oft schon [...] an diesen technischen Parametern. Die Bilder haben [...] oft [...] nicht die nötige Auflösung, die nötige Schärfe etc. Also, eine ganz einheitliche Antwort wird es hier nicht geben, weil wir einfach auch von verschiedenen Medien sprechen. (A1)

Somit gelten im Vergleich von print und online also erstens verschiedene Parameter, was die Qualität von Amateuraufnahmen betrifft, die Bilder grundsätzlich erfüllen müssen, um überhaupt verwendet werden zu können, „und zweitens gibt es eben im UGC-Bereich [User Generated Content; Anm. d. Verf.] tatsächlich so eine Verbindung von Redaktion und Usern und Userinnen, wo sie [...] auch zum Mitarbeiten [...] ermutigt werden und dann von sich aus [...] Fotos [...] oder Videos schicken [...].“ (A1) Der grundsätzliche Umgang mit Lesern bzw. Usern ist im Online-Medium also ein anderer. Dies deckt sich mit der in der Theorie herausgearbeiteten Beobachtung, dass die Digitalisierung die heutigen Formen der Leserpartizipation gefördert und damit den Vormarsch der Amateure erst ermöglicht hat.⁵⁹²

Auch wenn die Qualität von Amateuraufnahmen noch immer als ein *technischer* Parameter noch immer Geltung besitzt, weil die Aufnahmen eben gerade für die gedruckte Tageszeitung eine bestimmte Auflösung haben müssen, lässt sich über die allgemeine Bildqualität dennoch sagen, dass diese – sofern das nötige Mindestmaß erfüllt ist – nicht mehr dieselbe Relevanz besitzt, die sie womöglich früher einmal hatte. Schüller vermerkt in diesem Zusammenhang: „[W]enn es noch halbwegs vertretbar ist, dann ist die Qualität, glaube ich, nicht mehr so der Maßstab, sondern bei den Richtlinien sind es eher die Nutzerrechte, die sehr wichtig sind und man muss abklären, ob man jetzt dieses Foto auch verwenden kann und darf. Das ist ganz wichtig.“ (RS) Der Maßstab der Qualität wird also offenbar eher durch das Kriterium der eindeutigen Urheberschaft und der klaren Nutzungsrechte abgelöst. Was die Verwendungsbedingungen betrifft, weichen die Richtlinien zum Umgang mit Amateuraufnahmen im Grunde nicht von jenen bei professionellen Fotos ab. So bemerkt der stellvertretende Chefredakteur

⁵⁹² Vgl. Kapitel 8 der vorliegenden Magisterarbeit.

von *derStandard.at* hierzu: „Ich bin ja der Meinung, [...] wenn jemand ein Foto macht, dann hat er das auch verdient, wenn dieses Foto irgendwo verwendet wird, dass sich die jeweiligen Medien mit dieser Person in Verbindung setzen und dann [abklären], zu welchen Konditionen man die Veröffentlichung macht.“ (RS) Grundsätzlich müssen also vorab die Nutzungsrechte geklärt werden. Daneben hat ein Amateur, wenn sein Bild verwendet wird, „auch so wie ein Profi [...] Anspruch auf ein Fotohonorar. Also er wird von uns dann auch nicht anders behandelt als ein Berufsfotograf, wenn wir finden, [...] die Aufnahme ist es wert oder der Anlass verlangt das jetzt. Dann würden wir den Amateur nicht anders behandeln als den Profi.“ (A1) Dies ist sicher korrekt, sofern sich ein Medium diese zusätzlichen Honorarkosten leisten kann und aufgrund dessen nicht ohnehin nur Aufnahmen verwendet, die dem Medium unentgeltlich angeboten werden. So etwa bei der *Presse Online*, die aus Budgetgründen keine Amateuraufnahmen gegen Honorar verwendet, wie Peter Huber anmerkt: „Also wir online machen das eigentlich nie mit Honorar, weil das einfach in unserem Budget nicht drin ist. Also wenn, dann kann das nur jemand sein, der uns das zur Verfügung stellt.“ (PH) Die Frage des Honorars hängt also auch davon ab, ob das Material direkt angeboten wird oder ob die Redaktionen an den Urheber herantreten. Dementsprechend bemerkt auch der Videoredakteur des *Kuriers*: „Wenn es uns wer anbietet, dann will er meistens ein Geld, aber wenn wir nachfragen, dann kommt es ganz darauf an. Also [...] da gibt es ein handelsübliches Honorar zwischen 200 und 300 Euro, sag ich einmal. [...] [E]s ist schon vorgekommen, dass wir Amateuraufnahmen auch abgekauft haben, aber es ist nicht die Regel.“ (A2) Wenn ein Honorar gezahlt wird, dann handelt es sich also zumeist um ein handelsübliches Entgelt, bei dem es aber auch auf die Bildgröße und Qualität des Amateurfotos ankommt, wie die *Kurier*-Fotoredakteurin ergänzt: „„Wenn ich ein Handyfoto habe, das ich zweispaltig abbilden kann und das ist genau fünf Zentimeter groß, werde ich natürlich [...] nicht den vollen Tarif zahlen, sondern werde versuchen, zu verhandeln und das auch so kundzutun.“ (DH)

Bei der Frage nach den Richtlinien im Umgang mit Amateurfotografien gilt allerdings stets zu berücksichtigen, woher diese kommen. Häufig sichern sich nämlich Agenturen die Rechte an solchen Aufnahmen und verkaufen diese dann an die Medienhäuser weiter, wie der Videoredakteur des *Kuriers* erklärt:

Es ist halt immer die Frage, wo es herkommt. Meistens ist es so, dass mittlerweile irgendwer irgendwas filmt, stellt es auf Youtube und dann kommt eine Agentur und sichert sich die Rechte dran und die verkaufen es dann an die Medienhäuser weiter. Und wir haben auch so einen Agenturvertrag und [...]. Das ist zum Beispiel „Zoomin“ [...], eine deutsche Agentur, die sich [...] versucht alle Rechte zu sichern an Amateuraufnahmen und die werden dann weiter redaktionell verarbeitet. An denen dürfen wir dann auch nichts ändern, da haben die dann ihre Rechte drauf. Das müssen wir dann so nehmen, wie sie es bringen. (A2)

Der Nachteil hierbei ist also, dass dieses Bildmaterial dann nur genau so, wie es gekauft wurde – d.h. gänzlich unverändert und in einem bestimmten Kontext – verwendet werden darf. Der Vorteil ist aber gleichzeitig, dass es Verträge mit diesen Agenturen gibt und somit nicht nur die Honorarverhandlungen wegfallen, sondern auch die Rechtsfrage abgesichert ist, wie weiter oben bereits skizziert wurde.

Hinsichtlich der Bildbearbeitung gelten bei Amateuraufnahmen ebenfalls grundsätzlich dieselben Richtlinien, die auch für professionelle Bilder gelten, wie *Presse-Fotograf Fabry* betont: „[B]ei einem Bild gelten eigentlich immer die Richtlinien, die auch bei einem Profi gelten. Es darf eigentlich nicht bearbeitet sein. Der Bildinhalt darf nicht verfälscht sein. Es gibt von Reuters [...] eigene *Reuters*-Richtlinien. [...] Was man als Fotograf darf und was man nicht darf.“ (CF) Wie bereits im theoretischen Teil der vorliegenden Magisterarbeit ausführlich dargestellt wurde,⁵⁹³ ist alles, was früher auch in der Dunkelkammer möglich war, auch heute in der digitalen Bildbearbeitung erlaubt, wohingegen Verfälschungen am Bildinhalt grundsätzlich unzulässig sind⁵⁹⁴ – und dies gilt ebenso für Profi- wie auch Amateurfotografien:

Was zum Beispiel zulässig ist [...]: Beschneiden, Anpassen der Tonwerte [...], Nachschärfen, [...] Nachbelichtung, Anpassung von Licht und Schatten, Prüfen der Grautöne [...] Also, das ist [...] eigentlich fast keine Bildbearbeitung, was da geschieht. [...] [S]obald du in der Dunkelkammer bist, kannst du ja auch abwedeln, du kannst das Bild ein bisschen drehen, du kannst einen Ausschnitt wählen. Genau diese Sachen, die man in der Dunkelkammer hätte machen können, sind jetzt auch erlaubt. Ganz unzulässig: Hinzufügen, Weglassen, Stempel, Reparaturwerkzeuge – diese ganzen Werkzeuge. Selektives Schärfen einzelner Bereiche. [...] Übermäßiges Auf- und Abdunkeln, [...] automatische Tonwertkorrektur, Weichzeichnen, Radiergummi, Maskieren, Schärfen in der Kamera und kamerainterne Änderung der Sättigung. (CF)

⁵⁹³ Vgl. Kapitel 9.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁹⁴ Vgl. ebda sowie Reuters-Richtlinien im Anhang.

Laut Clemens Fabry darf also auch ein Amateurfotograf „[v]or allem den Bildinhalt“ (CF) durch etwaige Bearbeitung nicht verändern. Die Frage ist dabei allerdings, ob es für Redakteure erkennbar ist, wenn tatsächlich der Bildinhalt verändert wurde und auch, ob einem Laien tatsächlich bewusst ist, dass diese Regeln existieren und er weiß, was noch erlaubt ist und was nicht. Es ist eher anzunehmen, dass bei ihnen dieses Wissen gar nicht vorliegt.⁵⁹⁵ Ebenso muss bei Amateuren ein mangelndes Bewusstsein ethischer und journalistischer Standards berücksichtigt werden.⁵⁹⁶ Als Beispiel nennt Dragana Heiermann Bilder von Unfällen, die Schwerverletzte zeigen:

Was wir natürlich machen – und das gilt für Pressebilder genauso [...] – also bei Verletzten zum Beispiel. Hatten wir auch im 14. Bezirk, das ist schon länger her, Zugunfall, da liegen Menschen oft nur auf Bahnen, kaum zugedeckt und so weiter, da versucht man natürlich dann auch das Persönlichkeitsrecht zu schützen. [...] Da schicken Amateure [...] oder die Schaulustigen dann Bilder und sagen: ‘Wir haben ganz tolle Bilder!’ [...] Nur da muss man aufpassen [...] Wir bilden keine Verletzten ab, wir zeigen ihr Gesicht nicht. Entweder wir verpixeln sie oder es ist ein Bild, [...] da kann man ihn nicht erkennen. Also Persönlichkeitsrecht ist ganz, ganz wichtig. (DH)

Dies geht bei Amateuren aber – wie gesagt – wohl weniger auf Mutwilligkeit als vielmehr auf mangelnde Kenntnis des im Ehrenkodex des Österreichischen Presserates verankerten Persönlichkeitsschutzes⁵⁹⁷ zurück, da es bei Laien laut Heiermann „zu 90% [ein] sehr naiver“ (DH) Zugang sei, „außer es wird halt versucht etwas zu manipulieren.“ (DH) Dementsprechend gelte bei Amateurfotografen auch bisweilen zu hinterfragen, „welchen Nutzen sieht er darin? Ist es wirklich nur ein: ‘Ich gebe ein Dokument weiter und ich finde es toll, wenn mein Foto erscheint.’ Oder ist ein Gedanke dahinter? Das gilt es auch manchmal zu verfolgen.“ (DH)

12.2.1 Vergleich: Abweichungen im Boulevard

Durch die grundsätzlich abweichende Bedeutung von Leserreporterfotos im Lokalteil lassen sich die Richtlinien, die in den tagesaktuellen Qualitätsmedien gelten, nicht einfach so auf die *Kronen Zeitung* umlegen. Dennoch seien hier einige Besonderheiten

⁵⁹⁵ Vgl. Kapitel 8.5 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁹⁶ Vgl. Kapitel 4.4 sowie 9.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁹⁷ Vgl. Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit, Ziffer 5.

skizziert: Zunächst ist die Honorarfrage auch im Boulevard ein Thema: So zahlt die *Krone* – wie bereits erwähnt – aber ein pauschalisiertes „Leserhonorar“ (GB) Dieses sei, wie Gregor Brandl anmerkt, aber „[n]icht sonderlich hoch, [...] [rund] 50 Euro pro Foto.“ (GB) Durch die besondere Funktion von Amateuraufnahmen im Lokalteil herrschen im Boulevard in Bezug auf Leserreporterfotos⁵⁹⁸ allerdings auch noch ganz besondere Rechtsunsicherheiten. Vor allem, weil es sich dabei um ein noch immer recht neues Terrain handelt, das buchstäblich „noch in den Kinderschuhen [steckt]“ (GB). Dies scheint besonders deshalb heikel, weil die allgemeine Leserpartizipation und somit auch Amateurfotografien einen immer größeren Stellenwert einzunehmen scheinen und „dementsprechend auch noch weiter zunehmen“ (GB) werden. Dies werde von der Redaktion auch noch weiter forciert, wie Gregor Brandl betont: „...wir versuchen das auch in den letzten Jahren immer weiter.“ (GB) Problematisch ist die Rechtslage beispielsweise dann, wenn ein Medium ein Honorar für die Verwendung eines Leserreporterfotos entrichtet und sich im Nachhinein herausstellt, dass der Hobbyfotograf das Bild auch an eine Stock-Agentur verkauft hat:

Da gibt es dann immer wieder Grenzfälle. [...] Wir hatten auch schon Fälle, wo ein User, eine Person, ein Mensch, [...] ein Leserreporter Fotos gemacht und irgendwann an mehrere Zeitungen [...] verkauft oder zur Verfügung gestellt [hat]. Da ist jetzt die Frage, wie geht man damit um? [...] [V]or allem, wenn man es dann quasi nicht weiß. [...] [A]ber was heißt das dann, wenn das Foto dann irgendwo anders auch erscheint? [...] Ich glaube auch, das ist noch nicht wirklich ausjudiziert auch bei uns im Haus. Das wird in der Zukunft noch interessant werden. (GB)

Hier gelten also noch keine klaren Richtlinien zur Handhabung solcher besonderen Fälle. Auch verweist dies erneut auf die mangelnde Rechtssicherheit bei diesem Thema.⁵⁹⁹ Allerdings gilt auch für den Boulevard, dass das Bildmaterial bestimmten ethischen Standards entsprechen muss. Beispielsweise ist auch für die *Krone* die Abbildung von Schwerverletzten oder Toten in der Zeitung tabu, die aber dennoch immer wieder einmal in den Redaktionen landen:

Und dann gibt es natürlich gewisse Richtlinien, die man prüfen muss. Erst einmal ethische Grundlagen. Also zum Beispiel konkret: Wir bringen keine Fotos von Toten oder

⁵⁹⁸ Zum Leserreporter vgl. Kapitel 8.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁵⁹⁹ Vgl. Kapitel 12.1.2 und 12.1.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

von Schwerverletzten. Da kriegen wir auch diverse Fotos. [...] Es ist immer die Frage, was kann man dem Leser zumuten, was wollen wir dem Leser zumuten? Also man kann sicher nicht alles bringen, was reinkommt. (GB)

Dementsprechend müssen Amateuraufnahmen auch dahingehend geprüft werden. Hier unterscheidet sich die *Kronen Zeitung* – zumindest nach Aussage des befragten Redakteurs – nicht von den untersuchten Qualitätsmedien.

12.2.2 Zusammenfassung

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass für den Umgang mit Amateurfotografien keine besonderen Richtlinien im Vergleich mit professionellen Aufnahmen gelten. Abweichungen im Handling ergeben sich lediglich durch zusätzlichen Aufwand bei der Klärung der Urheberrechtslage durch mitunter mühevollen Recherchen sowie durch die Frage des Honorars, das als zusätzlicher Kostenfaktor nicht von allen Medien getragen werden kann. Größere Qualitätsunterschiede der Fotografien sowie die Unkenntnis journalistischer und ethischer Standards bei den Amateuren bedingen, dass die Aufnahmen oftmals einer genaueren Prüfung unterzogen werden müssen und aus den eben genannten Gründen mitunter nicht für die Berichterstattung verwendet werden können. Hinsichtlich der Bildbearbeitung gilt für Amateurfotografien genauso wie für professionelle Fotos, dass vor allem der Bildinhalt nicht verfälscht worden sein darf.

Für den Boulevard lässt sich im Vergleich dazu zusammenfassend festhalten, dass durch die besondere Bedeutung des Leserreporterfotos speziell für den Lokalteil auch das Handling mit diesen Aufnahmen leicht abweicht: So zahlt die *Kronen Zeitung* ein Pauschalhonorar für Leserfotos. Hier liegen allerdings noch Rechtsunsicherheiten vor, da es keine klaren Richtlinien dafür gibt, welche ausschließlichen Rechte am Bild durch Zahlung dieses Fotohonorars tatsächlich erworben werden. Die Prüfung ethischer Vorgaben ist für den Boulevard genauso zwingend wie es für die Qualitätszeitungen der Fall ist – auch die *Kronen Zeitung* zeigt beispielsweise keine Schwerverletzten. Diese ethischen Richtlinien müssen beim Umgang mit Amateurfotografien auf jeden Fall berücksichtigt werden.

12.3 Kriterien für die Verwendung

Forschungsfrage 3: Welche Kriterien müssen Amateuraufnahmen erfüllen, um in der Berichterstattung verwendet werden zu können?

Wie im Theorieteil ausführlich dargestellt wurde, spielen bei der Selektion von Inhalten für die Berichterstattung verschiedene Faktoren eine Rolle, die sich zu einem Großteil auch auf die Auswahl von Bildern umlegen lassen.⁶⁰⁰ Fotoredakteure fungieren dabei als „gatekeeper“⁶⁰¹, eine Art Schleusenwärter an der Schaltstelle der Bildauswahl und entscheiden demnach, welche Bilder in das Medium aufgenommen werden und welche nicht.⁶⁰² Auch professionelle Selektionsroutinen in den Redaktionen sowie die individuelle Bildkompetenz einzelner Journalisten spielen hierbei eine Rolle.⁶⁰³

Grundsätzlich lässt sich konstatieren, dass die Redakteure der befragten tagesaktuellen Medien – sofern möglich – stets eigenes bzw. professionelles Bildmaterial verwenden. Nach Einschätzung des Fotoredakteurs des *Standards* ist dies im Vergleich zu Boulevardblättern auch eher möglich, da die untersuchten Qualitätszeitungen keinen all zu großen Fokus auf die Lokalberichterstattung legen: „Bei Boulevardmedien [...] setzt man ja heutzutage auch gerne auf die Leserreporter [...], die dann die Lokalereignisse auch abdecken. Die Lokalberichterstattung ist [...] bei uns ja nicht so ein Hauptzweck. Darum können wir darauf auch weitgehend verzichten.“ (A1) Die verschiedenen Gründe, die hier eine Rolle spielen – wie etwa die Frage des Budgets oder die Rechtsicherheit – wurden bereits angesprochen. Dementsprechend bestätigt auch der befragte Fotograf der *Presse*: „Wir verwenden eigentlich ausschließlich Agenturbilder bzw. von eigenen, also von mir und von freien Fotografen.“ (CF) Auch die Fotoredakteurin des *Kuriers* bestätigt: „[W]enn ich etwas Vergleichbares eines Kollegen habe [...], dann werde ich [...] das [Foto] von diesem Kollegen nehmen [...].“ (DH) Ein großes Kriterium für die Verwendung von Amateuraufnahmen ist also schlichtweg einmal die *Notwen-*

⁶⁰⁰ Vgl. Kapitel 5 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁰¹ Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 276

⁶⁰² Vgl. Kapitel 5.1 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁰³ Vgl. Kapitel 5.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

digkeit auf eine solche zurückzugreifen, wie Heiermann treffend formuliert: „[W]enn man sagt, ich habe das [Bild] 1:1, dann brauche ich es nicht.“ (DH) In jedem Fall wird also – auch aufgrund der oben genannten Nachteile (unsichere Quellenlage, zusätzlicher Rechercheaufwand, Mehrkosten, Abstriche bei der Qualität etc.) grundsätzlich lieber auf eigenes oder zumindest Agenturmaterial zurückgegriffen.

Eine große Ausnahme von dieser Regel, die zumindest von den befragten Experten der *Presse* genannt wurde, ist allerdings der Society-Bereich: „Instagram-Bilder haben wir ja auch immer wieder, aber das ist dann halt mehr der Promi-Bereich“ (PH), stellt etwa Huber für die *Presse Online* fest. Hier werde allerdings auch aus Ermangelung an Alternativen auf Amateuraufnahmen zurückgegriffen, weil es sich hier in der Regel um Zufallsschnappschüsse aus privaten Kameras handelt und es einfach keine Bilder von professionellen Fotografen gebe, wie der *Presse*-Fotograf Clemens Fabry zudem anmerkt:

Es werden dann Amateurbilder genommen [...] im Society Bereich. Da gibt es doch dieses berühmte [...] ‘3 Bier-Bild’ vom Strache. Das war kein Fotografenbild, das sind Amateurbilder. Oder seine Wehrsportübungen, das sind alles Amateurbilder. Da wird schon auf Amateurbilder zurückgegriffen. [...] Aber die kommen meistens über die Agenturen. [...] Also bei solchen Sachen, da muss man auf Amateurbilder zurückgreifen, weil da gibt es keine Profis. (CF)

Damit außerhalb des Society-Bereichs Amateurfotografien verwendet werden, müssen bestimmte Kriterien erfüllt sein. Auf eigenes Material zurückgreifen zu können, ist selbstverständlich auch eine „Ressourcenfrage.“ (A2), wie der *Kurier*-Videoredakteur erklärt. So muss außerhalb von Wien gezwungenermaßen häufiger Fremdmaterial herangezogen werden: „Alles was wir drehen können, versuchen wir natürlich selber zu machen. [...] [Aber] [a]ußerhalb von Wien machen wir [...] wenig [...], wir bleiben schon lokal.“ (A2) Diesen Faktor nennt auch der Fotograf der *Presse* – etwa wenn Redakteure selbst fotografieren, was auch zu den Amateuraufnahmen gerechnet werden kann:

Manchmal fotografieren Redakteure selber, wenn die z.B. [...] in der Ukraine sind. Da haben wir leider nicht die Ressourcen, dass ich mitfahren kann. [...] Oder wir haben einen zweiten Redakteur, der sehr viel in Afrika unterwegs ist, der fotografiert auch selber. Das würde ich auch als Amateuraufnahme bezeichnen, obwohl das Redakteure sind. Da kann man nicht anders. Da muss man sich mit dem behelfen, dass wir diese Aufnahmen haben. Aber das ist zumindest etwas aus dem Haus. (CF)

Wenn von Amateuraufnahmen gesprochen wird, müssen also zunächst einmal drei Formen unterschieden werden: Abgesehen von jenen Bildern, die von Redakteuren begleitend zu einem Artikel geschossen werden, müssen jene Fotos unterschieden werden, die man landläufig unter Amateurfotografien versteht: Jene zufällig entstandenen Digitalfotos, die meist schnell mit dem Handy „geknipst“ werden. Davon lassen sich aber wiederum solche Bilder abgrenzen, die zwar von „Amateurfotografen“ stammen, die per definitionem „nicht von der Fotografie [leben]“ (CF), deren Fotos, was die Qualität betrifft, aber von professionellen Aufnahmen kaum bzw. gar nicht zu unterscheiden sind, wie Clemens Fabry weiter ausführt:

Man muss einmal den Begriff Amateuraufnahmen ein bisschen präzisieren. Es gibt nämlich so genannte 'Amateure', die sehr, sehr gute Bilder machen können. Die haben in Top-Equipment und die machen wirklich phantastische Bilder. Und dann gibt es den Amateur so wie landläufig der Begriff ist, der einfach mit seinem Smartphone hinhält und zack draufdrückt. [...] Weil er zufällig vor Ort ist, weil ihm das halt gefällt. Da gibt es Millionen Gründe, warum der jetzt ein Bild macht. (CF)

Auf diese Unterscheidung weist auch die Fotoredakteurin des *Kuriers* hin, da es Amateure gibt, die mit dem richtigen Equipment durchaus „qualitativ hochwertige“ (DH) Bilder produzieren, die jenen von Profis – was das technische Können betrifft – in nichts nachzustehen scheinen:

Wir haben ja jetzt gesprochen über diese Amateuraufnahmen, die schnell mal reinkommen. [...] Es passiert etwas und es ist jemand vor Ort und kontaktiert uns, beliefert uns oder wir finden es. Es gibt natürlich auch Amateuraufnahmen [...] [von] Amateure[n], die ein gutes Equipment haben, da muss man sich manchmal bemühen, um den Unterschied [zu erkennen][.] [O]ft gibt es auch keinen Unterschied zu Profis, die das tagtäglich machen [...]. (DH)

Dies wird vor allem ermöglicht durch die eingangs geschilderten Folgeerscheinungen der Digitaltechnik, die sich an handwerklicher Vereinfachung und Automatisierung festmachen lassen. Das Fotografieren ist scheinbar leichter geworden. Dank digitaler Technik, die es ermöglicht, innerhalb kürzester Zeit eine Unmenge an Bildern zu schießen, macht das Auge für den richtigen „Schuss“ beim Fotografieren zunehmend obsolet.

Die Möglichkeit einer nachträglichen digitalen Bearbeitung kommt noch hinzu.⁶⁰⁴ Mit dem richtigen Rüstzeug und ein wenig Talent können somit auch Amateure mitunter sehr professionell anmutende Fotos produzieren.⁶⁰⁵ Als Beispiel nennt Dragana Heiermann Amateurfotos von der „Weinernte in der Steiermark“ (DH) oder eine „wundervolle Bildstrecke [...] aus Indien“ (DH). Doch auch, wenn es sich hier um qualitativ hochwertige Fotografien handelt, muss der Redakteur die Verwendung abwägen: „Brauche ich das? Will ich das? Was verlangt der?“ (DH) Ein wichtiger Punkt, den sie in diesem Zusammenhang anführt, ist die Tatsache

dass wahnsinnig viele Amateure, die [...] diese schönen Fotos machen oder Geschichten machen, die zeitlos sind, die auch mal liegen können, natürlich auch oft an Stock-Agenturen verkaufen. Das heißt für uns: [...] [D]a kommt eine wundervolle Bildstrecke, [...] eine tolle Bildreportage und [derjenige] ist Amateur und [...] bietet sie uns an, dann ist der erste Reflex: Ich schaue nach, was haben die Agenturen. Und internationale Agenturen *featuren* das ab ohne Ende. Und die sehen natürlich doch noch einmal um einen Ticken professioneller vielleicht aus [...]. (DH)

Aber auch wenn nicht, so gibt es mit den Bildagenturen trotzdem noch immer Vereinbarungen, mit denen Amateure – wie oben beschrieben – meist nicht mithalten können.

Zusammenfassend lässt sich also festhalten: Wenn in einem ersten Schritt keine Möglichkeit besteht, eigenes Material zu verwenden, ist der zweite Schritt, zu versuchen, auf Agenturmaterial zurückzugreifen. Dieses wird gegenüber Amateuraufnahmen in jedem Fall bevorzugt: „Also wenn das Foto nichts anderes zeigt als das, was uns unsere Agentur bietet, dann werde ich natürlich auf die Agentur zurückgreifen.“ (DH) Dies ist in den meisten Fällen auch durchaus möglich, weshalb etwa die *Presse* (abgesehen vom oben beschriebenen Society-Bereich) wirklich nur in Ausnahmefällen Amateurfotografien verwendet: „Also wir haben schon größtenteils [...] nur Agenturfotos und die vom eigenen Fotografen. [...] Über die APA kommt ja auch fast alles [...]“. (PH) Dementsprechend bestätigt auch Fabry: „Für die aktuelle Berichterstattung jetzt einmal speziell bei uns in der Presse hat die Amateurfotografie überhaupt keine Bedeutung,

⁶⁰⁴ Vgl. Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 21-23 sowie Kapitel 8.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁰⁵ Vgl. abermals Kapitel 8.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

weil wir uns auf 'richtige' professionelle Fotografen verlassen.“ (CF) Schlussendlich heißt das also, dass Amateuraufnahmen tatsächlich erst dann verwendet werden, wenn bei mangelndem Eigenmaterial auch kein vergleichbares Bild über eine Foto- oder Presseagentur zu bekommen ist. Dies hat – wie auch bereits oben bei den Nachteilen skizziert –verschiedene Gründe, wie Dragana Heiermann erklärt:

[E]s ist dann oft die Qualität und es ist [...] auch die Sicherstellung. Wir können uns dann auch oft regressfrei halten unter Anführungszeichen. Wenn irgendetwas passiert, dann sind wir eben auch auf der sicheren Seite [...]. Es ist nicht nur der Rechercheaufwand. Wenn das Bild gut und wichtig ist, dann nehmen wir das in Kauf. Also da müssen wir so arbeiten. Aber wenn man sagt, ich habe das 1:1, dann brauche ich es nicht. (DH)

Die *Notwendigkeit*, auf eine Amateuraufnahme zurückgreifen zu müssen, gibt also am Ende den Ausschlag: „[W]enn das genauso aussieht wie das APA-Bild, sehe ich keinen Grund [...]. Außer eben – und das gibt es auch – man findet diese Fotos nicht.“ (DH) Für die Verwendung eines nicht professionellen Fotos ist schlussendlich also entscheidend, ob das Bild etwas zeigt, was die Redakteure *in dieser Form* weder mit eigenem noch mit Agenturmaterial abdecken können. Das kann im Zusammenhang der qualitativ hochwertigen Laienaufnahmen etwa sein, dass das Bild eine eigene Handschrift hat oder der Hobbyfotograf einen besonderen Zugang wählt:

Hat er ein Erkennungsmerkmal, das heißt, nimmt er mit seinen Fotos so eine Stellung ein, dass es *outstanding* ist, dass man sagt: 'Das ist so anders, das will ich haben!' Passt auch. Selten, aber es passiert. [...] [W]enn der einen ganz schrägen Zugang hat und eben mit dem Schnitt arbeitet und die qualitativ hochwertig sind, [...] wenn der Extras hat, na dann denkt man drüber nach und dann machen wir das auch. (DH)

Im obigen Fall geht es aber, wie gesagt, nicht um jene Amateuraufnahmen, die man sich im Alltagsverständnis unter diesem Begriff vorstellt, nämlich jene, die „schnell“ und „zufällig“ entstehen. Die mangelnde Qualität *dieser* Fotografien wird von den befragten Redakteuren unterschiedlich eingeschätzt. Zum einen spielt in diesem Zusammenhang der Unterschied von online und print eine Rolle. Während für das Online-Business keine all zu hohen Maßstäbe gelten, fallen für den Druck viele Aufnahmen aufgrund ihrer geringen Auflösung weg, weil hier andere Anforderungen gelten. So bemerkt der *Standard*-Fotoredakteur in diesem Zusammenhang: „In der Tageszeitung schaut es ein bisschen anders aus. Da scheitert es oft schon einmal eben an diesen

technischen Parametern. Die Bilder haben dann oft eben nicht die nötige Auflösung, die nötige Schärfe etc.“ (A1) Fotograf Clemens Fabry erklärt zudem: „Im Print [...] sinkt die Qualität sowieso noch einmal. Sogar bei Profis. Und dann besonders in der Tageszeitung, weil die Tageszeitung ja eine ganz schlechte Papierqualität und Druckqualität hat. Dasselbe Bild in einem Hochglanzmedium schaut ganz anders aus als in einer Tageszeitung.“ (CF) Die höheren qualitativen Anforderungen in der gedruckten Tageszeitung bestätigt auch Rainer Schüller:

[D]urch den Druck gibt es sehr viel höhere Vorgaben, was ein Foto, was die Qualität betrifft und da scheiden dann einige Fotos aus, weil sie über den Druck dann einfach nicht mehr erkennbar sind. Weil sie für online zwar ausreichend sind für die Bildschirme und vor allem für die kleineren Handys, aber für die gedruckte Ausgabe dann eigentlich nicht verwendbar sind. Und da gibt es dann halt Unterschiede. Aber da gibt es schon auch Mittel und Wege [...] – also da nimmt man dann halt Kontakt auf, wenn es irgendwie möglich ist, um noch ein besseres Foto zu finden, wenn es eines gibt. (RS)

Wenn der Inhalt des Fotos es rechtfertigt, wird allerdings auch eine schlechtere Qualität in Kauf genommen, wie Dragana Heiermann vom *Kurier* festhält: „[D]ie Qualität lässt oft zu wünschen übrig. Aber ein Dokument ist natürlich ob der Aktualität [...] wichtiger als [...] die Qualität.“ (DH) Ausschlaggebend ist dabei die *Einmaligkeit* eines Fotos, d.h. wenn beispielsweise nur *dieses* Bildmaterial von einem Ereignis existiert, wie etwa der Fotoredakteur des *Standards* erklärt:

Es gibt im Alltagsgeschäft dann immer wieder Abstriche, die man an die Qualität macht, wenn Bildmaterial halt nur aus einer Quelle oder aus wenigen Quellen zu kriegen ist. Und da spielt es dann gar nicht so eine [große] Rolle, ob das Profis oder Amateure sind, die das liefern. Wenn es wirklich was Besonderes ist, dann wird man Unschärfe in Kauf nehmen, dann wird man eine schlechtere Auflösung in Kauf nehmen. Also da geht es dann bei wirklichen Besonderheiten eher um die Exklusivität. Und das gilt wahrscheinlich nicht nur bei uns, sondern auch für sehr viele andere Medien auch. (A1)

Wenn diese inhaltliche Exklusivität gegeben ist und das Bild etwas Besonderes zeigt, werden auch Abstriche bei der Professionalität gemacht – beispielsweise bei der Auflösung oder Schärfe eines Fotos. Demnach kann dies als ein entscheidendes Kriterium zur Verwendung von Amateuraufnahmen identifiziert werden, wie auch Rainer Schüller vom *Standard* argumentiert:

[E]s muss eine gewisse Exklusivität haben [...]. Und diese Exklusivität ist auch [dadurch] gegeben, [...] dass [...] die Menschen, die das Foto gemacht haben, als einzige bei dieser Situation oder einer der wenigen Menschen waren, die bei dieser Situation dabei gewesen sind. Und je exklusiver das ist, umso eher wird es dann natürlich verwendet. Und umso mehr muss [man] dann auch Abstriche machen, was die Qualität betrifft, [...] wenn es nur ein Foto gibt von einem Hauseinsturz [...]. Ich kann mich erinnern, vor ein paar Monaten ist in Wien ein Haus eingestürzt. [...] [D]a hat es nur ein Twitter-Foto gegeben und das war das einzige für eine längere Zeit. [...] [D]as war auch nicht besonders, das Foto, aber das war dann halt der einzige Bildbeleg für dieses Ereignis. (RS)

Wenn die oben beschriebene Einmaligkeit gegeben ist, werden Amateuraufnahmen in den untersuchten Qualitätsmedien also auch für die tagesaktuelle Berichterstattung verwendet – d.h. also, dass es zu einem speziellen Ereignis kein anderes Bildmaterial verfügbar ist und es sich bei der Amateuraufnahme mitunter um den einzigen Bildbeleg handelt. Das Foto darf in diesem Sinne auch nicht nachfotografierbar bzw. wiederholbar sein, wie Clemens Fabry festhält: „Es muss eine Einmaligkeit haben. Es darf nicht wiederholbar sein. [...] Die Nachfotografierbarkeit ist auch beim Bildverkauf wichtig [...]. Wenn ein Bild nicht wiederholbar ist, dann steigt der Preis natürlich.“ (CF) Die „Nicht-Wiederholbarkeit“ ist also entscheidend. Folglich geht es bei der Verwendung von Amateuraufnahmen in erster Linie um den Inhalt des Fotos und die Geschichte, die das Bild erzählt, und weniger um die technische Qualität:

Das hängt dann eigentlich gar nicht davon ab, ob das jetzt ein professionelles Bild ist oder nicht, sondern das hängt dann eher davon ab, ob es eine Geschichte gibt zu dem Bild. [...] Das heißt ein Foto, das nur so reinkommt ohne Geschichte, das muss wirklich ganz was besonderes sein, [...] [d]amit es überhaupt eine Chance hat. Und das ist dann qualitätsunabhängig. (CF)

Bestimmend ist dann, ob das Foto etwas Einzigartiges, Besonderes oder schlichtweg Berichtenswertes zeigt, und weniger die *Professionalität* der Aufnahme, was laut *Standard*-Fotoredakteur aber „auch für die regulären offiziellen Quellen [gilt]. Also wenn jetzt Bildmaterial aus Pakistan über die Agenturen kommt, da gab es halt nur ein älteres Kameramodell gerade oder es haut mit der Auflösung dann halt nicht so hin, dann wird man es trotzdem nehmen, wenn man der Ansicht ist, dass dieses Ereignis [...] berichtenswert ist.“ (A1) Das heißt für die tagesaktuelle Berichterstattung im Speziellen, dass bei der Verwendung von Amateurfotos primär danach zu fragen ist, ob das jeweilige Bild eine Nachricht vermittelt – egal, ob es sich hierbei um eine *Soft News* oder *Hard News* handelt, wie die Fotoredakteurin des *Kuriers*, festhält:

Es muss eine Nachricht sein. [...] [E]twas, das gerade passiert, was genau in einen Themenbereich passt, der gerade sehr relevant ist, oder es ist heiß und wir haben den Hochstrahlbrunnen. Also es muss eine Nachricht sein in jedem Fall. Und ob *soft* oder *hard*, aber es muss in irgendeiner Form Aktualität haben. Ich bringe kein Bild, das nicht aktuell ist und keinen Mehrwert hat. (DH)

An dieser Stelle wird auf die Theorie der Nachrichtenwertfaktoren verwiesen, wonach bestimmte Nachrichtenfaktoren die mediale Relevanz eines Themas bemessen: Je stärker die Ausprägung der einzelnen Eigenschaften, desto eher gelangt das Thema zur Veröffentlichung.⁶⁰⁶ Dies lässt sich offenkundig auch auf das Bild übertragen, das im Übrigen auch selbst zur Nachricht werden kann.⁶⁰⁷ Diese in der Theorie herausgearbeitete Erkenntnis bestätigt auch Peter Heber, der in diesem Zusammenhang bemerkt: „Vielleicht ist das Bild selbst fast schon die Geschichte.“ (PH)

Fotos können als ein mediales Gestaltungsmittel unterschiedliche Funktionen einnehmen, wie in der Theorie bereits ausführlich dargestellt wurde: Sie können einen Beitrag organisieren, seinen Inhalt veranschaulichen und schwer Verständliches in einfache Bildsprache übersetzen.⁶⁰⁸ Denn die Logik von Bildern wird – anders als bei Worten – assoziativ erfasst.⁶⁰⁹ Bilder können weiters Ereignisse dokumentieren, sie symbolisieren, aber auch eine simple dekorative Funktion einnehmen.⁶¹⁰ Ihre rein illustrative Rolle haben Bilder allerdings schon lange abgestreift.⁶¹¹ *Visualität* wurde in der Theorie bereits als eigenständiger Nachrichtenwert identifiziert.⁶¹² Hierbei geht es darum, wie gut sich eine Geschichte in Bildern umsetzen lässt bzw. wie gut sie im Bild visualisiert wird.⁶¹³ Die Theorie findet sich nun in der Praxis bestätigt: Demnach muss die Aufnahme, wie Peter Huber erklärt, „diese Geschichte möglichst [gut] erzählen.“ (PH) Die Entscheidung, ob eine Amateuraufnahme verwendet wird oder nicht, fällt laut des Redakteurs leichter, „wenn [man] das mit diesem Bild irrsinnig gut darstellen [kann], dann ist das natürlich optimal. Und es ist die Frage, ob man die Geschichte überhaupt groß

⁶⁰⁶ Vgl. Boetzkes: Organisation als Nachrichtenfaktor, S. 55

⁶⁰⁷ Vgl. Kapitel 5.3. der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁰⁸ Vgl. Blum/Bucher: Die Zeitung, S. 64.

⁶⁰⁹ Vgl. Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 22.

⁶¹⁰ Vgl. Blum/Bucher: Die Zeitung, S. 64 sowie Kapitel 6.1 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶¹¹ Vgl. Müller: Grundlagen der visuellen Kommunikation, S. 91.

⁶¹² Vgl. Kapitel 5.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶¹³ Vgl. Boetzkes: Organisation als Nachrichtenfaktor, S. 63.

bringen würde, wenn man das Bild [...] nicht hätte.“ (PH) Dies deckt sich ebenfalls mit folgender Hypothese von Grittmann, Ammann und Neverla: „Was im Journalismus nicht im Bild gezeigt werden kann, hat geringe Chancen zum Thema zu werden.“⁶¹⁴

Ein Aspekt, der im Zusammenhang der Bildauswahl aber nicht unerwähnt bleiben darf, ist die Tatsache, dass der Anspruch, der an Amateurfotografien gestellt werde, laut Peter Huber an sich „nicht so hoch“ (PH) sei, wie jener an professionelle Aufnahmen. Denn es gehe beim Amateurfoto schlichtweg darum, dass man „wenn etwas passiert ist, [...] es dann [...] auch bildlich darstellen [...]“ (PH) und eben nicht nur mit Worten beschreiben könne. „Wenn das dann grobkörniger ist oder wie auch immer, da ist die Qualität dann nicht so wichtig. Es geht darum, dass man es dann halt einfach hat“ (PH) und das Bild „die Authentizität des Ereignisses rüberbringt.“ (PH) Dies entspricht ebenfalls der in der Theorie dargelegten Annahme, dass gerade Amateurfotografien als besonders authentisch angesehen werden und ihnen deshalb eine außerordentliche Beweiskraft attestiert wird.⁶¹⁵ Eine schlechtere Bildqualität und mangelnde Professionalität nehme „man dann eben in Kauf, weil es eben für die jeweilige Geschichte so relevant ist“ (PH), so Huber weiter. Es geht also weniger um die Bildqualität als vielmehr um die Zusatzinformation, die durch das Bild kommuniziert wird, wie auch Rainer Schüller ähnlich argumentiert: „[W]enn man es jetzt auf die Qualität beschränkt, dann nimmt man schon eine vermeintlich schlechtere Qualität in Kauf, was ‘Amateuraufnahmen’ unter Anführungsstrichen betrifft. [...] Es geht da um die Zusatzinformation über das Bild und ob das jetzt perfekt ist vom Fototechnischen her, ist [...] mittlerweile zweitrangig.“ (RS) Dies trifft für den Online-Bereich logischerweise in einem anderen Ausmaß zu als es bei gedruckten Tageszeitungen der Fall ist, weil hier – wie oben beschrieben – bedingt durch den Druck ja doch noch höhere qualitative Parameter gelten. Doch für die Online-Versionen der Tageszeitungen und ganz speziell für bewegte Bilder in Form von Videos scheint eine mindere Bildqualität mittlerweile keine Seltenheit mehr zu sein. Gefördert durch Videoplattformen wie etwa Youtube, ist eine schlechtere Bildqualität mittlerweile akzeptiert und ist im Medienalltag Usus, wie Rainer Schüller vom *Standard* beobachtet:

⁶¹⁴ Grittmann/Neverla/Ammann: Global, lokal, digital, S. 8.

⁶¹⁵ Vgl. Kapitel 2.2. der vorliegenden Magisterarbeit.

[I]ch glaube, dass sich das im Laufe [...] des vergangenen Jahrzehnts mittlerweile etabliert hat, dass solche Aufnahmen auch veröffentlicht werden können, obwohl sie eine schlechtere Qualität haben. [...] Das hat sich, glaube ich, auch durch Youtube sehr befördert. [...] [E]ine schlechtere Videoqualität ist sozusagen Mainstream geworden und ist nicht mehr so das große Problem, wie es vielleicht früher gewesen ist, wo man in den Medien nur die perfekte Bildqualität abgebildet hat. (RS)

Dies bestätigen auch zwei weitere Redakteure: Nach Einschätzung des befragten *Kurier*-Videoredakteurs, sei eine mindere Bildqualität „mittlerweile [schon] so gewohnt [...], dass es kaum einen Unterschied macht. Der Inhalt ist das Wichtigste und wie es aussieht, ist im Grunde egal.“ (A2) Zudem erklärt er: „[E]s ist schon so normal, dass jeder mit dem Handy irgendwas mitfilmt, dass es auf die Qualität des Bildes an sich nicht mehr ankommt, sondern nur mehr auf den Inhalt.“ (A2) Die User bzw. Leser haben sich also offenbar an eine schlechtere Bildqualität gewöhnt, die auch nicht als störend empfunden werde, wie auch Peter Huber von der *Presse* annimmt: „Das ist auch dem User wirklich letztlich egal, ob das jetzt ein bisschen mehr aufpixelt oder [...] verwischt ist.“ (PH) Mit der Professionalität scheint es also bei vielen Amateuraufnahmen tatsächlich nicht weit her zu sein, womit der Verdacht einer zunehmenden *Deprofessionalisierung* des Bildjournalismus vermeintlich bestätigt wird.⁶¹⁶ Dies erscheint gerade unter der Prämisse, dass Professionalität in der Theorie als unabdingbare *Grundvoraussetzung* für Qualität angesehen wird, äußerst bedenklich.⁶¹⁷ Zweitens legen diese Aussagen den Schluss nahe, dass das Publikum offenbar keinen sonderlich großen Wert mehr auf hochwertiges Bildmaterial legt. Der Weg für den Vormarsch der Amateure scheint dadurch weiter geebnet.⁶¹⁸

Fehlende technische Qualität und damit auch mangelnde Professionalität stellen jedenfalls – so das Ergebnis der Experteninterviews – kein ausschlaggebendes Entscheidungskriterium mehr dar. Diese wurden offenbar von auf den Bildinhalt bezogenen Parametern abgelöst. Neben den oben genannten Kriterien der Einmaligkeit, des Inhalts und der Visualisierung, spielt auch die rasche Verfügbarkeit des Bildes eine Rolle, die wiederum mit den durch die Digitalisierung stark beschleunigten und vereinfachten

⁶¹⁶ Vgl. Kapitel 8.5 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶¹⁷ Vgl. Kapitel 9.2 und ganz besonders Kapitel 9.2.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶¹⁸ Vgl. Kapitel 8 der vorliegenden Magisterarbeit.

Verbreitungswegen von Bildmaterial in Bezug steht, die auch Laien zur Verfügung stehen.⁶¹⁹ In der tagesaktuellen Berichterstattung geht es – neben den inhaltlichen Aspekten – häufig um Geschwindigkeit; aus diesem Grund ist auch bei den untersuchten Medien die Qualität der Aufnahme eher zweitrangig: „Es geht um den Inhalt und es geht um Schnelligkeit und ob das Bild jetzt perfekt ist oder nicht, das ist nebensächlich“ (A2), so der Videoredakteur des *Kuriers*. Inwiefern sich dies nach Einschätzung der befragten Redakteure schlussendlich tatsächlich auf die Qualität des journalistischen Produktes insgesamt auswirken könnte und auch, inwiefern darin eine Gefahr für die für die Profession des Pressefotografen gesehen werden kann, wird an späterer Stelle noch ausführlich diskutiert.⁶²⁰

12.3.1 Vergleich: Abweichungen im Boulevard

Während Amateuraufnahmen in der tagesaktuellen Qualitätspresse eher nur in ausgewählten Fällen verwendet werden, lässt sich hier ein großer Unterschied zur Berichterstattung im so genannten „Boulevard“ ausmachen. Hier sind Amateurfotografien – und Leserreporterfotos im Speziellen – offenkundig bereits ein „wichtiger Bestandteil der Lokalredaktion“ (GB) geworden. Seit den Anfängen dieser Form der Leserbeteiligung hat sich also einiges getan, wie Gregor Brandl erklärt:

Ich habe 2006 begonnen, bei der Kronen Zeitung zu arbeiten. Und damals hat das [gerade] begonnen [...] – wir nennen das ja Leserreporter – dass sozusagen Leser, Leserinnen, User begonnen haben, Content zu liefern. [...] Was es hauptsächlich in der Lokalredaktion [...] gibt. Mir hat das damals unser Herausgeber [...] erzählt, in einem der ersten Gespräche, dass das damals gerade brandheiß war. In Skandinavien war das ein großes Thema und das ist dann langsam auch zu uns gekommen. [Damals] [...] war das noch sehr rudimentär das Ganze. Heute gehört es wirklich zum Alltag dazu. (GB)

Auch für den ‘Boulevard’ gelten bestimmte Mindestansprüche an die Qualität. Klarerweise muss das Foto zumindest so weit druckfähig sein, dass erkennbar bleibt, was es eigentlich zeigt: „Logisch angefangen ist einmal die Qualität entscheidend. Ich muss was erkennen auf dem Bild.“ (GB) Selbstverständlich werden laut Gregor Brandl allerdings auch hier Abstriche bei der Bildqualität in Kauf genommen, wenn es sich bei der

⁶¹⁹ Vgl. Kapitel 8.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶²⁰ Vgl. Kapitel 12.7.1 und 12.7.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

Aufnahme um das Dokument eines wichtigen Ereignisses handelt, das berichtenswert erscheint:

Natürlich macht man Abstriche. Das kommt auf den Bericht an [...]. Wir bringen auch Fotos von schlechterer Qualität, das hängt von der Geschichte ab. Wenn wir jetzt ein Leserfoto haben von schlechter Qualität [...] und [e]s ist ein Dokument, wenn die Geschichte das hergibt, [...] dann wird man es wohl nehmen, auch wenn jetzt die Auflösung nicht wunderbar perfekt ist. (GB)

Selbst wenn die Lokalredaktion der *Kronen Zeitung* auch immer einmal wieder Bilder bringt, die einen ausgeprägten *Newsfaktor* scheinbar eher vermissen lassen – beispielsweise, wenn ein Foto ein schönes Panorama zeigt – muss der Inhalt des Fotos dennoch eine Geschichte erzählen, damit es gebracht wird: „Es schicken uns viele Leser [ein Foto] von einem Kamin mit ihrer Katze und mit den Babys. [...] Wir bringen auch immer wieder [...] Leserreporter-Fotos von einem schönen Himmel über Wien. [Aber] [e]s muss halt auch was haben das Foto. [...] [A]n sich sollte es newswürdig sein“ (GB), so der Redakteur. Demnach gilt auch für die *Krone* das Hauptverwendungskriterium des Bildinhalts vor der Qualität – sofern die Aufnahme nachrichtenrelevant ist.

12.3.2 Zusammenfassung

Die Redakteure der befragten tagesaktuellen Qualitätsmedien bevorzugen durchwegs professionelles Bildmaterial – entweder vom eigenen Fotografen oder von Agenturen. Gründe sind neben der Professionalität dieser Aufnahmen auch die mitgelieferte Rechtssicherheit und die Frage des Budgets. Eine weitere Möglichkeit ist, Eigenmaterial von fotografierenden Journalisten zu verwenden. Diese Variante ergibt sich zumeist aufgrund mangelnder Ressourcen. Schlussendlich werden Amateurfotografien erst dann herangezogen, wenn weder Eigenmaterial noch ein vergleichbares Bild über eine Foto- oder Presseagentur verfügbar ist. Dieser *Mangel an Alternativen* scheint für den Bereich der tagesaktuellen Berichterstattung also eine notwendige Bedingung für die Verwendung von Amateuraufnahmen zu sein. Eine Ausnahme bildet der Society-Bereich, wo häufiger auf Schnappschüsse von Laien zurückgegriffen wird – aber auch hier schlichtweg, weil meist kein anderes Bildmaterial existiert. Damit kann ein ausschlaggebendes Kriterium auch außerhalb des Promi-Ressorts identifiziert werden: die Exklusivität sowie die Nicht-Wiederholbarkeit einer Aufnahme. Die Einmaligkeit des

Inhalts erweist sich dabei als qualitätsunabhängiges Kriterium: Wenn das Foto der einzige Bildbeleg für ein Ereignis ist, das berichtenswert erscheint, wird auch eine schlechtere Fotoqualität in Kauf genommen. Sofern der Inhalt der Aufnahme es rechtfertigt, werden von allen befragten Redakteuren Abstriche bei der Professionalität gemacht. Neben den eben genannten Kriterien der Einmaligkeit und des Inhalts, spielt auch die schnelle Verfügbarkeit des Bildes sowie der Faktor Illustration bzw. Visualisierung eine Rolle: Je besser das Bild eine Geschichte erzählen kann, desto eher wird es verwendet. Manchmal scheint es auch selbst die Geschichte zu sein, was an den Faktor Visualität als Nachrichtenwert erinnert.⁶²¹ Es geht um den Zusatzwert, den man durch das Bild gewinnt; die Qualität erweist sich wiederum als sekundär, solange das notwendige Mindestmaß erfüllt ist. Während für den Print-Bereich technisch bedingt eine höhere Auflösung von Amateuraufnahmen verlangt wird, sind die Anforderungen für den Online-Bereich entsprechend geringer. Mehr noch: Mittlerweile ist eine schlechtere Bildqualität zur Normalität geworden und scheinbar auch weitgehend akzeptiert. Von den landläufig als „Schnappschüsse“ verstandenen Amateuraufnahmen müssen allerdings jene Fotografien unterschieden werden, die per definitionem zwar von Laien stammen, aber durch professionelles Equipment und Können keinesfalls amateurhaft aussehen und mitunter kaum von Profiaufnahmen zu unterscheiden sind. Doch auch hier gibt für eine etwaige Verwendung den Ausschlag, ob das Foto etwas zeigt, dass die Redakteure *in dieser Form* weder mit eigenem noch mit Agenturmaterial abdecken können – etwa, dass das Bild eine besondere Handschrift aufweist oder der Hobbyfotograf einen besonderen Standpunkt eingenommen hat.

Während es Amateuraufnahmen in der tagesaktuellen Qualitätspresse also offenbar eher schwer haben und nur in ausgewählten Fällen verwendet werden, lässt sich hier ein deutlicher Unterschied zur Boulevard-Presse ausmachen. Dieser rührt allerdings wohl vom grundsätzlich abweichenden Zugang und der grundlegend anderen Bedeutung von Amateurfotografien für die Lokalberichterstattung her. Mittlerweile gelten Leserreporterfotos als fixer Bestandteil des Lokalteils, wo Amateuraufnahmen aufgrund des Fokus’ auf regionale Ereignisse offenkundig eher einen Platz haben. Deshalb

⁶²¹ Vgl. Kapitel 5.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

ist auch hier kein „1:1-Vergleich“ möglich. Trotzdem lässt sich auch für die *Krone* konstatieren, dass ebenso durch den Druck bedingte Mindestansprüche an die Bildqualität gestellt werden. Die Qualität ist allerdings auch hier sekundär, wenn der Bildinhalt bzw. die Geschichte, die das Foto erzählt, eine Nachricht wert erscheint.

12.4 Überprüfung von Echtheit bzw. Authentizität

Forschungsfrage 4: Wie werden digitale Amateuraufnahmen auf ihre Echtheit bzw. Authentizität hin überprüft?

In der Theorie gelten für den Journalismus – und genauso für den Bildjournalismus als eines seiner Subsysteme⁶²² – bestimmte journalistische Normen. Will ein Medium diesen genügen, muss erstens jedwede Information überprüft und zweitens dürfen nicht-verifizierte Inhalte nicht veröffentlicht werden – außer dieser Status wird entsprechend kenntlich gemacht. Auch eine umfassende Erschließung der Quellen sowie Quellentransparenz gehören unter anderem zu den im Theorieteil dargestellten Leitnormen journalistischer Arbeit.⁶²³ Zudem sind nach Vorgabe des Österreichischen Ehrenkodexes „Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten und Kommentaren [...] oberste Verpflichtung von Journalisten.“⁶²⁴ Soweit also die Theorie. Wie dies in der Praxis aussieht und vor allem, welche Schwierigkeiten sich im Hinblick auf die Überprüfung der Authentizität von Amateurfotografien ergeben, zeigen die Ergebnisse der Expertenbefragung:

Eine grundlegende Herausforderung bei Amateuraufnahmen ist ihre Überprüfung, da häufig eine unsichere Urheberrechtslage und mangelnde Transparenz hinsichtlich der Quelle herrscht. Dabei handelt es sich um ein Problem, das laut dem Fotoredakteur des *Standards* seit einiger Zeit verstärkt dadurch in Erscheinung tritt, dass Amateuraufnahmen oftmals im Internet kursieren: „Das ist ein Problem mit dem wir in den letzten Jahren natürlich mehr zu tun haben, weil im Netz alles zu finden ist und zugleich aber in vielen Fällen die Ursprünge schwer zurückzuverfolgen sind.“ (A1) Das Urheber-

⁶²² Vgl. Kapitel 3 und insbesondere Kapitel 3.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶²³ Vgl. Kapitel 4.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶²⁴ Vgl. Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit, Ziffer 2.1.

recht sei noch relativ leicht zu bestimmen, „wenn etwas von bestimmten Personen direkt an eine Redaktion geht [...]. Wenn Dinge im Internet kursieren, dann wird es oft ziemlich mühsam, die eigentlichen Urheber ausfindig zu machen bzw. die dann rechtzeitig zu kontaktieren.“ (A1)

An sich gibt es keine klaren und allgemeingültigen Vorgaben zur Überprüfung von Bildmaterial, wie Peter Huber von der Presse konstatiert: „Also genaue Richtlinien, wie man das Bild überprüft, haben wir eigentlich nicht.“ (PH) Aufgrund des geltenden Urheberrechtsgesetzes gilt allerdings für alle untersuchten Medien, dass grundsätzlich nachgeforscht wird, wer der Urheber einer Aufnahme ist. Dies geschieht in erster Linie aus Gründen der rechtlichen Absicherung, da es bei fehlenden Nutzungsrechten zu empfindlichen Klagen durch den Urheber kommen kann. Laut Dragana Heiermann dürfen Fotos „nur im Einverständnis mit dem [gebracht werden], der das Foto gemacht hat, mit dem Hersteller, das heißt wir setzen uns unbedingt in Kontakt.“ (DH) Dies sei oftmals mit einem enormen Rechercheaufwand verbunden, wie sie weiter ausführt:

Also wenn man es seriös machen möchte, was wir tun, dann sitzt unten die Kollegin – und das passiert nicht einmal am Tag, sondern drei- bis viermal am Tag – kontaktiert sie, telefoniert [...], versucht Kontaktdaten herauszufinden. Oft antworten die Leute natürlich nicht gleich und wir sind in Zeitnot. Dann versucht man zu recherchieren ‘Wer ist das?’, ruft an und sagt ‘Dürfen wir?’, kurze schriftliche Bestätigung [...]. Meistens funktioniert es. Wenn es nicht funktioniert, darf das Bild nicht rein. (DH)

Neben „gewöhnlichen Recherchen“ können Redaktionen zur Klärung der Nutzungsrechte auf besondere Tools zurückgreifen – wie beispielsweise „Storyfull“, „ein Startup, [das] [...] Fotos und Videos von sozialen Netzwerken gegencheck[t] und auch mit den Urhebern in Kontakt [tritt].“ (RS) Die Prüfung der Authentizität von Bildmaterial sowie die Klärung des Urheberrechts kann in diesem Sinne „ausgelagert“ werden: „[D]a gibt es eine Redaktion, die [...] Kontakt aufnimmt mit den jeweiligen Urhebern und dann abklärt, ob das verwendet werden kann oder nicht.“ (RS) Damit erspart sich die eigene Redaktion größeren Aufwand bei der Recherche und erleichtert dadurch die alltägliche Arbeit, wie der stellvertretende Chefredakteur weiter erklärt: „[D]a ist es dann leichter, dieses Foto zu verwenden, wenn man sich sicher ist, dass einerseits die Rechte geklärt sind und andererseits dieses Foto im Zusammenhang mit einer Ge-

schichte passiert oder gemacht worden ist.“ (RS) Besonders dann, wenn Bilder im Internet verbreitet werden, bringt dies aufwendige Recherchen mit sich. Innerhalb der *Standard*-Redaktion übernimmt dies für den Bereich Facebook, Twitter und Co die Social Media Managerin: Diese „kontaktiert dann auch die Menschen, die die Fotos getwittert haben. Wenn wir das Foto als reines Foto verwenden, [...] dann versuchen wir schon Rücksprache zu halten.“ (RS) Dies ist auch angebracht, da die Quellentransparenz gerade bei Bildmaterial, das im Internet kursiert, häufig problematisch ist. Deswegen ist hier Vorsicht geboten: „[W]ir [...] gehen [...] sehr vorsichtig mit den Fotos um, die [...] zum Beispiel auf Twitter sind. Wir versuchen das [...] sehr genau zu checken, ob das tatsächlich ein Foto ist, das in diesem Zusammenhang gemacht worden ist“ (RS), so Rainer Schüller.

Bei der Überprüfung des Urheberrechts spielt offenbar auch eine Rolle, auf welchem Weg das Amateurmateriale in die Redaktionen gelangt: Während über Agenturen und Pressedienste nicht nur die Urheberrechtslage abgesichert ist, damit aufwendige zusätzliche Recherchen entfallen und sich auch die Honorarfrage nicht stellt, sieht dies bei Bildern, die im Internet kursieren oder den Medien direkt angeboten werden etwas anders aus, wie *Presse*-Fotograf Fabry anmerkt: „Wenn es direkt von einem Amateur kommt, meiner Erfahrung nach [...], da ist eine gewisse Distanz da.“ (CF) Auch Schüller vom *Standard* gibt an, „dass man bei Twitter schon noch kritischer ist oder stärker hinterfragt, woher dieses Foto kommt.“ (RS) Hier sind Redakteure also eher vorsichtig bei der Verwendung solcher Bilder, wie Schüller nochmals betont: „Also wir versuchen ja wirklich bei der Auswahl sehr vorsichtig zu sein und auch was Fotos von Usern betrifft, versuchen wir das uns sehr genau zu überlegen, was wir jetzt genau verwenden.“ (RS) Gegenüber nicht-professionellen Fotografen legen Redaktionen also eine grundlegend kritischere Haltung an den Tag, was offenbar sowohl durch die Urheberrechtsproblematik als auch durch die Frage des Honorars bedingt wird, wie der Fotograf der *Presse* herausstreicht: „Vor allem, [beginnt dann] die ganze Honorargeschichte natürlich, es beginnt das Thema der Rechtssicherheit und so weiter und so weiter. Also da ist eine gewisse Vorsicht schon da.“ (CF) Im Gegensatz dazu sei es von Seiten der Redaktion über die Agenturen „rechtlich auf jeden Fall schon einmal abgesichert“ (A2), wie der Videoredakteur des *Kuriers* erklärt. Denn wenn Bilder über Agenturen hereinkommen,

stellen sich die Probleme hinsichtlich der Quellenlage und die Frage nach der Authentizität einer Aufnahme im Grunde nicht, wie Clemens Fabry bestätigt: „Wenn es von der Agentur kommt, gibt es gar nichts. Da geht es dann nur darum, brauchen wir das Bild, ja oder nein? Haben wir eine Geschichte dazu, ja oder nein? Ist das Bild [so] stark, dass wir es als *stand alone* nehmen mit einem kleineren Bildtext, ja oder nein? Also da gibt es die Bedenken gar nicht.“ (CF) *Presse*-Redakteur Peter Huber hält zudem fest, dass davon ausgegangen werden kann, dass seriöse Agenturen das ihnen angebotene oder von ihnen gekaufte Bildmaterial sorgfältig überprüfen – und Journalisten im redaktionellen Alltag auch auf diese Seriosität bauen müssen: „[W]ir müssen teilweise auch darauf vertrauen[,] [denn] [...] wenn wir dem [...] nicht mehr trauen können... Natürlich machen die genauso Fehler wie wir auch Fehler machen, ist eh klar. [...] Aber bei gewissen heiklen Bildern, natürlich vertraut man dann, dass die APA das dann auch gut gecheckt hat [...].“ (PH) Auch die Fotoredakteurin des *Kuriers* bestätigt, dass das Vertrauen in professionelle Presse-Fotografen größer sei, weil auch für sie die journalistischen Standards gelten:⁶²⁵ „[A]uch wenn sie Fotografen sind, sind sie Redakteure – das heißt sie [...] sollten im journalistischen Sinne arbeiten, das heißt auch [im Hinblick auf den] Wahrheitsgehalt und so weiter. [...] Darauf müssen wir vertrauen oder sollten wir vertrauen.“ (DH) Hier besteht also ein deutlicher Unterschied in der Bewertung der unterschiedlichen Bildlieferanten, was zweifelsohne mit der Professionalität und Vertrautheit der Quelle zusammenhängt, wie etwa Peter Huber konstatiert: „Wenn es über eine Agentur reinkommt, dann hat es [...] eine andere Seriosität als wenn das jetzt irgendeiner privat herein mailt zum Beispiel. Da müsste man sich dann [...] genauer anschauen, wie glaubwürdig kann der sein?“ (PH) Ähnlich merkt auch Rainer Schüller vom *Standard* in diesem Zusammenhang an: „Bei den Nachrichten-Agenturen hat man ein höheres Vertrauen, weil man seit Jahren zusammenarbeitet und weil es da so eine Vorselektion gibt von den Experten der Agentur. Und deswegen kann man da durchaus Vertrauen haben, wobei es auch manchmal zu Fehlern kommt [...].“ (RS) So gesehen können Redaktionen anders als bei privaten Bildproduzenten davon ausgehen, dass Agenturen seriös mit Amateuraufnahmen umgehen – d.h. sowohl die Urheberrechtslage als auch die Nutzungsrechte geklärt wurden und das Bild sorgfältig auf

⁶²⁵ Vgl. Kapitel 4.4 und 9.4 sowie 9.2.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

seine Echtheit hin überprüft wurde – was den theoretischen Vorgaben redlichen journalistischen Arbeitens entspricht und auch im Sinne des geltenden Urheberrechtsgesetzes ist.⁶²⁶ Doch auch, wenn ein größeres Vertrauen in die Authentizität jener Amateuraufnahmen gesetzt wird, die über Agenturen herein kommen, sind auch hier eine kritische Grundhaltung und eventuelle Nach-Recherchen nötig. Denn wie der Videoredakteur des *Kuriers* bestätigt, können bei der Prüfung von Bildmaterial auch Agenturen inhaltliche Fehler unterlaufen: „Auch [bei den] Videos, die von der Agentur kommen, [...] passiert es [...], dass es inhaltlich einfach falsch ist.“ (A2) Das Problem liegt hier also weniger in der rechtlichen Klärung, sondern vielmehr beim inhaltlichen Überprüfen von Amateuraufnahmen. Wenn Zweifel hinsichtlich der Authentizität von Quellen bestehen, handhaben es seriöse Agenturen nach Aussage des *Standard*-Fotoredakteurs allerdings in der Regel auch so, „dass sie selber [...] angeben, [...] das ist jetzt Material, das hat [...] nicht der *Reuters*-Fotograf aufgenommen [...], sondern das kommt aus einer dritten Quelle und wir konnten nicht eindeutig verifizieren, ob die angegebenen Daten auch korrekt sind. Das tun die Agenturen meistens.“ (A1) Doch auch das schützt nicht vor eigenem Rechercheaufwand, um die inhaltliche Richtigkeit von dem, was auf einem Foto angeblich zu sehen ist, abzuklären:

Wenn wir selber Zweifel bekommen, dann versuchen wir natürlich auch nachzurecherchieren, ob das tatsächlich so gewesen sein kann oder ob sich da eventuell ein Fehler eingeschlichen hat. Entweder bei der Quelle selber oder bei der Agentur dann bei der Betextung. All das kann vorkommen. Und ja, das gibt dann in manchen Fällen zusätzliche Arbeit [...]. (A1)

Es empfiehlt sich, im Zweifelsfall auf mehrere Quellen zurückzugreifen: „Man muss schon immer nachrecherchieren, vor allem, wenn es aus dem Ausland kommt [...]. Wir haben viele Quellen, wo wir nachschauen können. Wir vergleichen natürlich auch [...] andere Berichterstattungen. Das muss man eben auch“ (A2), so der Videoredakteur des *Kuriers*. Durch diese Praxis werden erneut die im Theorieteil herausgearbeiteten journalistischen Arbeitsnormen und geltende Qualitätsstandards bestätigt.⁶²⁷

⁶²⁶ Vgl. abermals Kapitel 4.4 und 9.3 sowie 9.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶²⁷ Vgl. abermals Kapitel 4.4 und 9.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

Trotz aller Bemühungen der befragten Redakteure muss an dieser Stelle allerdings festgehalten werden, dass man die Echtheit von Fotografien de facto nur bedingt wirklich *überprüfen* könne und dies auch im redaktionellen Alltag gar nicht machbar sei. So meint Heiermann dazu: „Überprüfen kann man es nicht. Ich müsste mich dann für jedes Bild, das ich bekomme, wo ich mich entschließe zu recherchieren – das funktioniert nicht.“ (DH) An sich ist eine 100%ige Überprüfung also gar nicht durchführbar. Die heutigen Möglichkeiten der Bildbearbeitung, die natürlich auch Laien zur Verfügung stehen, stellen Redakteure häufig vor große Herausforderungen⁶²⁸ – selbst, wenn diese mit der Zeit einen Blick für Bildmanipulationen bekommen, wie Clemens Fabry anmerkt: „Man bekommt ein bisschen ein Auge dafür, ob ein Bild ‘gephotoshopt’ ist oder nicht.“ (CF) Doch der der Fotograf erklärt weiter: „Nachprüfen kann man es eigentlich nicht, wenn es dezent gemacht ist. Es gibt natürlich Photoshop-Sachen, also Bilder, die schreien ‘Ich wurde bearbeitet’, das gibt es schon. Aber du musst davon ausgehen, vor allem, wenn es schnell geht: ‘Ok, der Fotograf sagt die Wahrheit’.“ (CF) Wenn eine Veränderung am Bild unauffällig vorgenommen wurde, ist diese im Grunde also kaum zu erkennen.⁶²⁹ Diese Ansicht vertritt auch der befragte Fotoredakteur des *Standards* und liefert damit ein weiteres Argument dafür, auf gesicherte Quellen zurückzugreifen:

Ich glaube, es ist heutzutage schon schwierig, wenn wirkliche Profis am Werk sind. Dann ist es, denke ich, sehr schwer nachzuweisen. Die Bildmanipulationen kommen vor und das ist wiederum ein Argument dafür, sich auf gesicherte Quellen zu verlassen und lieber nicht auf Amateuraufnahmen oder andere ungesicherte Quellen zurückzugreifen. Es gibt mittlerweile Profis, die mit diesen Werkzeugen sehr geschickt umgehen und da wird es dann echt mühsam, zu sagen: Aha, die Frau Merkel hat jetzt plötzlich den violetten Blazer an und nicht den roten. [...] In so einem Fall ließe es sich natürlich noch leicht nachweisen, weil man ja eh mehrere Referenzquellen hätte. Aber bei weniger prominenten Personen, bei abgelegeneren Weltgegenden fiele das natürlich deutlich schwerer. (A1)

Bildmanipulationen sind also durch die heutigen Möglichkeiten der Bildbearbeitung kaum mehr nachzuvollziehen, wenn nicht zufällig das Original auftaucht oder dieses dem Redakteur anderweitig in die Hände gerät, wie Dragana Heiermann anmerkt:

⁶²⁸ Vgl. Kapitel 7 sowie Kapitel 8.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶²⁹ Vgl. Kapitel 8.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

Wir hatten [...] einen Fotowettbewerb, vor nicht allzu langer Zeit. Amateure und Profis. [...] Und wir hatten einen Sportbereich – und das sieht man dann oder man denkt sich: ‘Dieses Bild ist so perfekt, das kann nicht sein!’ [...] Und dann bin ich dem nachgegangen. Da wollte ich dann auch das Original [...] unbearbeitet. Und dann haben wir das Original bekommen und das [...] war nichts. [...] Super *gepimpt*! (DH)

Wie im Theorieteil ja bereits skizziert wurde, ist eine Nebenerscheinung der Digitalfotografie, dass innerhalb weniger Sekunden eine identische Kopie hergestellt, diese weltweit verbreitet und zudem am PC bearbeitet werden kann. In vielen Fällen erweist es sich folglich als extrem schwierig, daraus das tatsächliche Originalbild herauszufischen – sofern dieses überhaupt noch existiert, da es ja auch mit nur einem Klick gelöscht werden kann.⁶³⁰ Nicht umsonst gibt es, wie der *Standard*-Fotoredakteur anmerkt, „mittlerweile gerade im Bereich der Medienwissenschaften auch Leute, die sich damit beschäftigen, Fälschungen aufzudecken.“ (A1) Diese werden als so genannte „Bildforensiker“ bezeichnet, deren Aufgabe es ist, auf Spurensuche zu gehen und Manipulationen zu erkennen und zu entlarven.⁶³¹ Doch im medialen Alltag sind nicht Forensiker, sondern Redakteure am Werk, die zudem „zu 70% [...] unter Zeitdruck arbeiten“ (DH), wie die Fotoredakteurin des *Kuriers* ergänzt. Was Redaktionen aber tun können, ist, sich durch eine schriftliche Bestätigung über die Urheberschaft und die Konditionen der Veröffentlichung absichern, wie sie erklärt:

Also da kann man absichern und das [...] ist auch das, was ich jeden Tag predige [...]: Schriftliche Bestätigung. D.h. in dem Moment, wo wir uns entschließen [...], eine Amateuraufnahme zu nehmen, geht alles nur per E-Mail. Das heißt er schickt mir die Datei und [...] dann muss er mir das Urheberrecht bestätigen: [...] ‘Sie bestätigen uns, dass Sie der Urheber sind, Sie geben uns Ihre Rechnungsadresse, Sie bekommen Geld dafür oder Sie nehmen Abstand davon, Sie wollen kein Geld.’ Dann steht das alles da drinnen. (DH)

Diese schriftliche Bestätigung bildet in erster Linie eine rechtliche Absicherung für die Redaktion, um sich im Falle des Falles „klag- und schadlos“ (DH) zu halten. Allerdings muss ein Bild nicht erst digital bearbeitet worden sein, um jemanden vorsätzlich zu täuschen – etwa, wenn ein Foto aus dem eigentlichen Kontext gerissen wird.⁶³² Nicht

⁶³⁰ Vgl. dazu Kapitel 7 und insbesondere Kapitel 7.1 und 7.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶³¹ Vgl. Leidel, Steffen: Wie digitale Forensiker Fotomanipulationen aufdecken. Online unter: <http://training.dw.de/ausbildung/blogs/lab/?p=2713> (31.01.2015).

⁶³² Vgl. dazu Kapitel 2.3 sowie 6.2 und insbesondere 6.2.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

umsonst werde das grundlegend Manipulative in der Fotografie diskutiert, seit es die Fotografie gibt, wie Clemens Fabry konstatiert: „[S]eitdem es die Fotografie gibt, gibt es das Gespräch über die Manipulation der Fotografie.“ (CF) Dies betrifft sowohl professionelle als auch Amateuraufnahmen. Ein Foto zeigt schließlich immer nur eine Momentaufnahme und kann eine Situation aus diesem Grund völlig anders wiedergeben als sie sich tatsächlich abgespielt hat. Als Beispiel nennt die *Kurier*-Fotoredakteurin etwa ein Foto von der WKR-Ball-Demo, das ein ganz anderes Szenario zeichnet als das Stimmungsbild, das Redakteure und Fotografen vor Ort vorgefunden haben:

[W]enn man den WKR-Ball hernimmt: Da haben wir zwei Fotografen selber draußen, [...] man kann im Laufe des Abends abschätzen ‘Wo passiert was?’ [...] und man bekommt ein Stimmungsbild. Wenn alles relativ ruhig abläuft und man dann Fotos bekommt, die plötzlich Randalen zeigen und die Polizei prügelt ein, muss man schauen. [Da hat] vielleicht auch eine Provokation stattgefunden [oder derjenige] wurde [...] vielleicht nur am Hemdkragen gezogen [...]. Fotos können [...] eine Situation vollkommen aus den Angeln heben und ganz anders darstellen als es in Wahrheit eigentlich ist. Denn das kann eine Situation sein, in der man vielleicht auch jemanden retten will und das Foto erzählt etwas anderes. [...] Da muss man dann halt auch schauen, dass der Redakteur da rüber fährt und dem Ganzen nachgeht. (DH)

Eine Manipulation kann demnach auch schon lange vor einer Bildbearbeitung beginnen. Dragana Heiermann warnt hier vor einer möglichen „Instrumentalisierung der Medien“ (DH). In diese Sparte fallen auch gestellte Szenen, also „Manipulationen, die vor der Kamera stattfinden; Fotos von inszenierten Wirklichkeiten“⁶³³, deren Problematik im Theorieteil der vorliegenden Magisterarbeit bereits ausführlich diskutiert wurde.⁶³⁴ Diese sind offenbar immer ein Graubereich, denn wie der *Standard*-Fotoredakteur zu Recht fragt: „[W]o beginnt die gestellte Szene?“ (A1) Auch der befragte Fotograf der *Presse* merkt an, dass der Begriff „‘gestellte Szenen’ [...] sehr dehnbar“ (CF) sei und ruft in Erinnerung, dass eine Fotografie immer nur einen Ausschnitt zeigt und im Bild nicht sichtbar ist, was sich weiter rechts oder links jenseits vom Objektiv abgespielt hat: „Es beginnt die Manipulation ja schon da: Welches Objektiv ich verwende? Da fängt es ja eigentlich schon an. Welchen Bildausschnitt nehme ich? [...] Oder du hast ja oft solche Fotos mit unberührten Landschaften. Was man aber nicht

⁶³³ Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 125.

⁶³⁴ Vgl. dazu insbesondere Kapitel 2.3 sowie 6.2.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

weiß, ist, dass hinterm Fotografen die Autobahn ist.“ (CF) In diesem Sinne ist mit Clemens Fabry im Hinblick auf gestellte Szenen anzumerken: „Das machen Profis genauso“ (CF), denn „manchmal müssen wir sogar Szenen nachstellen.“ (CF) Auch die Foto-redakteurin des *Kuriers* bestätigt, das „müssen wir ja auch. Wir haben auch beispielsweise ein Format, bei dem müssen wir uns auch nach einem bestimmten Layout richten.“ (DH) Zum Beispiel, wenn ein Redakteur die Person, die fotografiert werden soll, bittet, eine andere Haltung einzunehmen: „Das ist ‘Manipulation’ unter Anführungszeichen, [...] [denn] [e]in guter Fotograf wird den Menschen dann nicht in eine andere Situation hineinhebeln, sondern wird einfach versuchen, diese Situation mitzunehmen. Und das macht einen Profi zum Beispiel aus.“ (DH) Folglich kann bei einem professionellen Fotografen eben davon ausgegangen werden, dass er die Situation, obwohl er sie in gewisser Weise beeinflusst, nicht in einen völlig neuen und möglicherweise unrichtigen Kontext stellt. Anders sieht dies bei Amateuraufnahmen aus, wo diese Sicherheit augenscheinlich nicht gegeben ist.

12.4.1 Amateurmaterial aus Kriegs- und Krisengebieten

Die Prüfung von Bildmaterial aus Kriegsgebieten stellt Redakteure grundsätzlich vor große Herausforderungen, da der Umgang mit Quellen hier generell schwierig ist.⁶³⁵ Dies gilt an sich für alle Fotos, trifft auf Amateuraufnahmen aber anscheinend in überdurchschnittlichem Maße zu.⁶³⁶ Je größer die Distanz zu den Krisenherden, desto schwieriger wird es, die Bilder einzuschätzen. Aus diesem Grund sei der *Kurier*, wie die Fotoredakteurin Dragana Heiermann betont, hier bei der Verwendung von Amateurfotografien aus besonders vorsichtig:

Bei der Ukraine kann man das noch gut abschätzen, aber wenn man an die Türkei-grenze zum Beispiel kommt [...] Da nehmen wir [...] eigentlich nichts an Amateurfotos. [...] [A]ußer von unseren Redakteuren, die schreiben und vor Ort sind. Das sind auch Amateure in der Fotografie, aber da gehe ich davon aus, dass es [...] nicht inszeniert ist. Wir haben Fotos von Profis, die über die Agenturen laufen, wo die Kinder Hilfe suchend in die Kamera blicken, sind unfassbar gute Aufnahmen – [aber die] nehme ich ungern. Denn da kann man davon ausgehen, dass da eine Hinteraktion stattgefunden hat. Aber das ist leider im Kriegsgebiet meistens so. (DH)

⁶³⁵ Vgl. Schwiesau/Ohler: Die Nachricht, S. 35.

⁶³⁶ Vgl. Kapitel 9.2.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

Die Beurteilung der Authentizität von Bildmaterial aus Kriegs- und Krisengebieten stellt also auch erfahrene Redakteure immer wieder auf die Probe. Ähnlich erklärt auch der Fotoredakteur des *Standards*, dass sich in zahlreichen Fällen de facto einfach nicht sicher nachprüfen lässt, ob sich eine Szene tatsächlich so abgespielt hat, wie es ein Foto oder ein Video darstellt:

Gestellte Szenen [...] [sind] auch im News-Bereich oft wahnsinnig schwer einzuschätzen. [...] Wir kriegen Fotos aus einem Flüchtlingslager und es kommen Fotos von Kindern, die entweder in die Kamera lächeln oder die gerade ganz betrübt dreinschauen. Wir können es nicht nachprüfen, was der Fotograf vor Ort getan hat. Hat der den Kindern jetzt vielleicht gerade irgendeine Süßigkeit gegeben und die grinsen deswegen? [...] Man ist dann oft auch eher auf sein Gefühl angewiesen. Wurde das jetzt inszeniert oder hat sich das tatsächlich so abgespielt? Es lässt sich in sehr vielen Fällen einfach nicht nachprüfen. Man müsste dann fast jedem Foto nachgehen und das ist ein Arbeitsaufwand, der nie zu leisten ist. (A1)

Bei der der jeweiligen Quelle muss also oftmals individuell abgeschätzt und abgewogen werden, inwiefern diese glaubwürdig sein kann. Eine 100%ige Sicherheit, dass solche Bilder authentisch sind, kann es aber – wie gesagt – nicht geben,⁶³⁷ wie auch *Presse*-Fotograf Clemens Fabry konstatiert: „Verlassen kannst du dich darauf gar nicht, weil die Geschichte zum Bild oft hinterher kommt. Da erfährt man ja oft, dass diese Szene eigentlich ganz woanders war, aber es hat gut dazu gepasst. Das erfährt man dann oft hinterher.“ (CF) Die Berichterstattung aus Krisengebieten oder über sie ist also offenbar in den meisten Fällen eine heikle Angelegenheit – egal, ob es sich um Wort- oder Bildjournalismus handelt bzw. um professionelle Quellen oder Laien handelt. Bei der Kriegsberichterstattung habe man es laut Peter Huber von der *Presse* „auch mit den normalen Quellen [schon] irrsinnig schwer, weil ja jede Meldung irgendwie geleitet [wird] von der einen oder anderen Seite. [...] Unabhängig vom Bild jetzt. Das ist wieder eine ganz heikle eigene Berichterstattung über Krieg und Konflikte“ (PH), lautet das Fazit des Redakteurs.

Auch wenn Agenturmaterial ein größeres Vertrauen entgegen gebracht wird, ist also trotzdem stets eine gesunde Skepsis angebracht. Bei Bildmaterial aus Kriegs- und Kri-

⁶³⁷ Vgl. dazu insbesondere Kapitel 2.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

sengebieten sei es auch die Aufgabe des Redakteurs, manipulative und bewusst gesteuerte Aufnahmen zu erkennen und dann gegebenenfalls nicht zu bringen, warnt der stellvertretende Chefredakteur des *Online-Standards*:

[M]an muss [...] aufpassen [...] – vor allem, wenn es um Kriegsgebiete geht – dass man da keine [...] Fotos übernimmt, die extra zu Propagandazwecken gemacht worden sind. Da können die Agenturen auch nichts dafür. Man muss da als Medium erkennen, dass das Foto kein authentisches Foto ist, sondern [...] eine Situation nur nachspielt [...], die es in dieser Form nicht gibt oder gegeben hat. Also man sollte, glaube ich, immer einen gewissen Grad an Skepsis haben, was Fotos betrifft. Auch was die Auswahl betrifft, welches Bild man tatsächlich dann herzeigen möchte oder nicht. (RS)

Gerade was solche Fotos betrifft sind die untersuchten Medien, entsprechend ihrer Blattlinie sehr zurückhaltend, wie etwa Rainer Schüller vom Standard betont: „Wo wir extrem zurückhaltend sind oder auch gar nichts herzeigen wollen, ist bei den ganzen Terror-Propaganda-Fotos. Also die zeigen wir nicht her [...] und da sind wir eigentlich sehr strikt, was das betrifft.“ (RS) Redakteure sollten also auch immer die Wirkabsichten hinter einem Bild in Frage stellen, was bereit im Theorieteil der vorliegenden Analyse angesprochen wurde.⁶³⁸

12.4.2 Der Faktor Zeit bei der Einschätzung von Fotografien

Wie die Befragung der Experten ergeben hat, wirkt sich in der tagesaktuellen Berichterstattung vor allem der Faktor Zeit erschwerend auf die Beurteilung von Bildmaterial aus. Dies betrifft Amateuraufnahmen im Allgemeinen und Fotos oder Videos zu heiklen Themen im Speziellen, weil deren Echtheit oftmals innerhalb kürzester Zeit eingeschätzt werden muss, wie Rainer Schüller vom *Online-Standard* erklärt:

Der Zeitdruck ist natürlich ein Faktor, weil man, wenn man zum Beispiel einen Liveticker hat zu so einer heiklen Situation, [...] dann muss man in kürzester Zeit entscheiden, ob man jetzt ein Foto zeigt oder nicht. Aber da haben wir, glaube ich, ein – unsere Qualitätssicherung ist da, glaube ich, schon so stark beziehungsweise die Erfahrung der Mitarbeiter ist so groß, dass wir sehr wenige Fehler machen. (RS)

⁶³⁸ Vgl. Kapitel 9.2.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

Somit gilt offenbar auch hier das im Journalismus bekannte Motto: „*Get it first, but get it right!*“⁶³⁹ Laut Peter Huber sei es trotz des allgegenwärtigen Zeitdrucks wichtig, den Fokus stets auf gesicherte Informationen zu legen: „[E]s ist natürlich ein Vorteil, wenn man Geschichten schneller hat als eine andere [Medien; Anm. d. Verf.], aber oft ist es das alleine ja auch nicht. [...] Besser, die Geschichte stimmt und man ist etwas langsamer.“ (PH) Oftmals sind in diesem Kontext die Kenntnisse und Erfahrung der Mitarbeiter entscheidend, da diese innerhalb kürzester Zeit die Seriosität einer Quelle einschätzen müssen. Gerade das Online-Business verlangt den Redakteuren hier oftmals viel ab: „[N]och höher ist der Zeitdruck natürlich online. Da ist es oft noch wesentlich heikler und wesentlich schwieriger, wirklich in Minuten- oder gar Sekundenschnelle einzuschätzen: Kann man jetzt der Quelle vertrauen oder nicht?“ (A1)

Insgesamt lässt sich allerdings festhalten, dass der eben skizzierte Zeitdruck für den Journalismus an sich angenommen werden kann und an sich kein besonderes Charakteristikum im Kontext von Amateuraufnahmen darzustellen scheint. So bestätigt Presse-Fotograf Clemens Fabry: „Der Zeitdruck spielt sowieso immer eine Rolle, weil es den Redaktionsschluss gibt.“ (CF) Etwaiger „Konkurrenzdruck“ zwischen den untersuchten Medien scheint sich auf die Einschätzung von Amateuraufnahmen im Tagesgeschäft der Befragten nicht auszuwirken, wie etwa Rainer Schüller in diesem Zusammenhang konstatiert: „[D]er Konkurrenzdruck ist, was die Fotos betrifft, nicht so stark, weil wir es auch nicht als Konkurrenz sehen, wenn andere Zeitungen zum Beispiel die Terror-Fotos veröffentlichen. Da sehen wir das eher als Qualitätsmerkmal von unserer Seite kein Foto herzuzeigen.“ (RS) Auch Dragana Heiermann vom *Kurier* argumentiert ähnlich mit dem Qualitätsanspruch des eigenen Mediums: „Also dann lieber Mut zur Lücke. Dann sollen es die anderen bringen. Für uns ist es ein Anspruch und das ist Qualitätsjournalismus. Ich muss dem auch nachgehen, ich kann nicht irgendwas bringen.“ (DH) Diese Einstellung deckt sich mit den herrschenden Anforderungen eines Qualitätsjournalismus, wie er im Theorieteil der vorliegenden Arbeit ausführlich beschrieben wurde.⁶⁴⁰

⁶³⁹ Schwiesau/Ohler: Die Nachricht, S. 215.

⁶⁴⁰ Vgl. Kapitel 9.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

12.4.3 Umgang mit nicht-verifizierten Fotografien

Bei trüben Quellen oder Zweifeln an der Authentizität von Amateuraufnahmen existieren mehrere Möglichkeiten, wie Redaktionen mit dieser Gefährdungslage umgehen können: Entweder wird das Bild zurückgehalten und grundsätzlich nicht in der Berichterstattung verwendet *oder* die Aufnahme wird zwar verwendet, die nicht-verifizierte Quellenlage aber dementsprechend deklariert bzw. die Geschichte um das fragliche Foto herum aufgebaut. Die erste Variante wird von den untersuchten Qualitätsmedien bevorzugt. So gibt etwa Rainer Schüller an, dass ungeprüftes Material beim *Standard* „eher zurückgehalten“ (RS) werde. Diese Linie verfolgt auch der *Kurier*: Wenn nicht sichergestellt werden konnte, ob ein Bild authentisch ist, oder auch, wenn die Quelle nicht transparent ist, werden Amateurfotografien – selbst, wenn sie eine Brisanz besitzen – nicht gebracht, wie der befragte Videoredakteur konstatiert: „Im Zweifel kann man es nicht bringen. [...] Bevor wir irgendwas Falsches rauf stellen, wird es auf jeden Fall zurückgehalten.“ (A2) Dies bestätigt auch die *Kurier*-Fotoredakteurin: „Wenn wir uns nicht sicher sind, dann lassen wir es lieber weg. Also das ist meine Politik. [...] [D]as ist zumindest bis jetzt unsere Handhabe. Wenn ich erklären muss, dass ich mir nicht sicher bin, dann hat das in unserer Zeitung nichts verloren.“ (DH) Diese verweist deutlich auf die in der Theorie skizzierten journalistischen Normen, die ja unter anderem vorgeben, dass keine ungeprüften Informationen publiziert werden dürfen.⁶⁴¹ Auch dem theoretischen Qualitätsanspruch der Richtigkeit in Bezug auf die wahrheitsgemäße, exakte und objektive Darstellung⁶⁴² – die ja gleichzeitig dem Berichterstattungsmuster des Informationsjournalismus entspricht⁶⁴³ – scheinen die befragten Medien in der Praxis genügen zu wollen. Folglich wird nicht-verifiziertes Material in der Berichterstattung ausgespart. Dies gilt auch für Bilder, die den Eindruck einer Inszenierung erwecken: „Gestellte Szenen oder der Eindruck von gestellten Szenen lassen wir meistens aus. [...] Wenn ich das Gefühl habe, das sind gestellte Szenen, da ist kein großes Interesse. Und wenn ich [unsicher] bin, ob ich das nehme oder nicht, dann nehme ich es lieber nicht.“ (DH) Auch Clemens Fabry von der *Presse* betont ebenfalls, dass eher ganz auf das Foto verzichtet wird, wenn die Quellenlage nicht geklärt oder etwaige

⁶⁴¹ Vgl. Kapitel 4.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁴² Vgl. Kapitel 9.2 und insbesondere Kapitel 9.2.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁴³ Vgl. Kapitel 4.4. der vorliegenden Magisterarbeit.

Zweifel an der Echtheit eines Bildes nicht ausgeräumt werden konnten: „Qualitätszeitungen recherchieren immer und im Zweifelsfall wird das Bild nicht genommen.“ (CF)
An anderer Stelle heißt es dazu: „Nachdem das Bild bei uns jetzt nicht so den großen Stellenwert hat wie der Text, gehen wir da eigentlich immer auf Nummer sicher.“ (CF)

Eine andere Variante ist – wie oben angesprochen – eine nicht-verifizierte Aufnahme trotzdem für die Berichterstattung zu verwenden, die trübe Quellenlage aber dementsprechend zu deklarieren oder die entsprechende Geschichte um das fragliche Bild herum aufzubauen. Während der *Kurier* hier nach Angabe beider Befragten – wie oben beschrieben – eine ganz strikte Handhabe hat und dieses Verfahren nicht anwendet, greifen *Standard* und *Presse* in seltenen Ausnahmefällen auf diese Variante zurück. So erklärt Rainer Schüller:

[E]s kann schon vorkommen, dass es [ein Amateurfoto, dessen Authentizität nicht gänzlich sichergestellt werden konnte; Anm. d. Verf.] gebracht wird unter bestimmten Umständen. Wenn es wirklich eine Situation ist, wo man auch das Foto braucht sozusagen. Aber wenn wir es dann verwenden, dann schreiben wird schon dazu, dass wir es nicht verifizieren konnten, dass es tatsächlich das zeigt, was es zeigen soll. (RS)

Die Möglichkeit, einen Beitrag um eine trübe Quelle herum zu erstellen, ergibt sich für den Online-Bereich beispielsweise dann, wenn ein fragwürdiger Tweet eingebettet wird. Wie Peter Huber von der *Presse* erklärt, bestehe dadurch die Chance, den Bildinhalt zwar zu thematisieren, dem Unsicherheitsfaktor hinsichtlich der Quellenlage aber in gewisser Weise auszuweichen, da der Redakteur so

einen Umweg geht [...]. Durchaus mit dem, dass es zweifelhaft ist, ob dieses Bild echt ist. Aber ich kann ja diesen Tweet einbetten und kann dann die Geschichte rund um das Bild erzählen. Also so gesehen kann ich es so ein bisschen umgehen. [...] Dann haben wir das Bild[,] [...] [man] kann [...] aber eigentlich auch recht sachlich erklären, warum das so stimmen könnte oder nicht stimmen könnte [...] [und] diesen Zweifel eben auch reinbringen [...]. (PH)

Als Fazit lässt sich nochmals festhalten, dass *keine einheitlichen Richtlinien* hinsichtlich der Prüfung von Amateuraufnahmen existieren. Auch der Umgang mit trüben Quellen ist, wie die Befragung der unterschiedlichen Qualitätszeitungen ergeben hat, nicht einheitlich – und orientiert sich vielmehr an den eigenen Ansprüchen und individuellen

Qualitätsmaßstäben des jeweiligen Mediums. Im Hinblick auf die Tatsache, dass man sich über die Authentizität von Fotografien nie zu 100% sicher sein kann, empfiehlt es sich abschließend, mit Amateuraufnahmen „so sorgfältig wie möglich umzugehen und eben auch in solchen Fällen [...] unsere Quellen angeben.“ (A1) Auch wenn das „Qualitätsmanagement“ bei den untersuchten Medien offenkundig gut zu funktionieren scheint, bietet die Angabe der entsprechenden Quelle von bestimmten Informationen folglich noch eine zusätzliche Absicherung gegen eine mögliche Fehleinschätzung. Ein zurückhaltender Umgang und Transparenz sind dabei die Gebote der Stunde, wie ja auch bereits in der Theorie herausgearbeitet wurde.⁶⁴⁴

12.4.4 Vergleich: Abweichungen im Boulevard

Laut Angaben des befragten Lokalredakteurs der *Kronen Zeitung* werden keine Amateuraufnahmen für die Berichterstattung verwendet, wenn diese nicht zuvor überprüft wurden: „Jedes Foto, das bei uns reinkommt, wird von der Quelle her überprüft.“ (GB) Gregor Brandl betont weiter, es sei den Redakteuren der *Krone* „natürlich [...] auch wichtig und ein Anliegen, dass wir die Quelle checken. Nicht alles was reinkommt, wird gebracht. [...] Wir schauen: Ok, von wem kommt das? Da wird nachtelefoniert. Es werden nicht einfach Fotos anonym gebracht. Das machen wir nicht, geht nicht.“ (GB) Dabei geht es also in erster Linie um das Überprüfen des Urheberrechts, aber auch um die Klärung der Nutzungsrechte für das Medium, wie er festhält: „Es muss die Rechtslage geklärt sein [...].“ (GB) Daneben verweist Brandl darauf, dass allerdings auch der Bildinhalt nicht einfach so für bare Münze genommen, sondern stets auch die „Story“ hinter dem Bild hinterfragt werden sollte:

[M]an muss natürlich auch immer die Geschichte hinterfragen: Von wem kommt sie? Und jedes Bild kann eine andere Geschichte haben. [...] Das Foto sollte immer einen Ausschnitt aus der Wirklichkeit zeigen, nur die Frage ist die Geschichte hinten herum [...] – es gibt immer zwei Geschichten. [...] Es ist ja immer nur ein Ausschnitt. Also da muss man schon sehr aufpassen. (GB)

Auch bei der *Kronen Zeitung* wird Fremdmaterial offenbar kritischer beäugt als jenes Material, das von hauseigenen Fotografen stammt:

⁶⁴⁴ Vgl. Kapitel 9.2.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

[E]s ist halt immer die Frage: Wem vertraut man? Vertraut man den Fotos von den Agenturen, die reinkommen? [...] Wenn ein Fotograf von uns, ein Hausfotograf der Kronen Zeitung ausfährt, dann [...] ist das für mich 100%. [...] Natürlich hat Fremdinhalt, wenn man das so nennen darf, nicht denselben Status wie Eigeninhalt, der von uns produziert wird. Natürlich muss das einer besonders kritischen Prüfung unterzogen werden. (GB)

Gregor Brandl betont, dass die *Krone* bei brisanten Inhalten stets selbst aktiv wird, um dem Entstehungshintergrund des Bildes nachzugehen: „In der Regel ist es ja auch so, [...] wenn jetzt wirklich Leserreporter-Fotos reinkommen, fährt ja der Journalist auch aus und der *Krone*-Fotograf fährt ja dann auch aus. [...] Da wird recherchiert, da wird bei der Polizeipressestelle nachgefragt, was ist da passiert, kann das sein? Man fährt hin und dann sieht man das eh.“ (GB) Auf die Frage, wie es bei der *Krone* gehandhabt wird, wenn Bilder – selbst durch Recherchen – nicht mit letzter Sicherheit auf ihre Echtheit hin verifiziert werden konnten und ob dieses Material dann eher zurückgehalten werde oder die unsichere Quellenlage thematisiert und damit transparent gemacht werden würde, antwortete Gregor Brandl: „Das kommt auch immer wieder auf den Bericht an, also auf die Brisanz der Geschichte. [...] [Aber] [w]ir bringen im Zweifel nichts Ungeprüftes.“ (GB) Folglich scheint auch die *Kronen Zeitung* dem Anspruch genügen zu wollen, kein ungeprüftes Bildmaterial zu veröffentlichen. Allerdings gibt es hier offenbar keine einheitliche Linie, sondern es hängt vom jeweiligen Fall ab, ob Fotos dann tatsächlich zurückgehalten werden oder die Quellenlage im Zuge der Berichterstattung thematisiert wird.

12.4.5 Zusammenfassung

Probleme im Zusammenhang mit der Überprüfung von Amateurfotografien treten verstärkt seit einigen Jahren auf und hängen insbesondere damit zusammen, dass diese Bilder oftmals im Internet kursieren. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass zur Prüfung von Amateurfotografien keine einheitlichen Richtlinien existieren. Die Expertenbefragung hat ergeben, dass aus Gründen der rechtlichen Absicherung in jedem Fall die Urheberrechtslage geklärt werden muss, was gegebenenfalls mit aufwendigen Recherchen verbunden ist. Neben einem allgemeinen Quellencheck ist es zudem notwendig, stets auch die Geschichte zu dem Bild zu hinterfragen. Eine gewisse Grundskepsis gegenüber Amateuraufnahmen halten die befragten Redakteure generell für

angebracht. Bei der Einschätzung dieses Bildmaterials spielt aber auch eine Rolle, auf welchem Weg es in die Redaktionen gelangt ist. Fotografien, die über Agenturen hereinkommen, wird grundsätzlich ein größeres Vertrauen entgegen gebracht als jenen, die den Redaktionen von Amateuren direkt zugespielt werden. Der Grund liegt in der Annahme, dass seriöse Agenturen im Sinne journalistischer Standards das Bildmaterial angemessen überprüft und die Quellenlage korrekt beachtet haben. Dennoch sollten laut der Befragten auch diese Fotos grundsätzlich gegen gecheckt und zum Beispiel auch verschiedene Quellen verglichen werden, da schließlich auch den Agenturen inhaltliche Fehler unterlaufen können. Trotz der Sorgfalt, welche die Redakteure der Qualitätsmedien dabei an den Tag legen, ist eine 100%ige Prüfung von Amateuraufnahmen an sich nicht möglich – gerade im Hinblick auf die heutigen Möglichkeiten der Bildbearbeitung, der sich auch Laien bedienen und so kaum nachweisbare und kaum erkennbare Manipulationen produzieren können. Angesichts der Tatsache, dass Bilder eben immer nur einen Ausschnitt zeigen, bringen hier auch gestellte Szenen eine besondere Schwierigkeit mit sich, weil Inhalte entweder zur Gänze inszeniert oder Bilder eine Situation möglicherweise völlig anders darstellen können als sie sich in der Wirklichkeit abgespielt hat. Aus diesem Grund ist es stets empfehlenswert, sich durch eine schriftliche Bestätigung der Urheberschaft zumindest rechtlich gegen etwaige Täuschungsversuche abzusichern. Besonders die Beurteilung von Fotos aus Kriegs- und Krisengebieten setzt Redakteure immer wieder aufs Neue vor große Herausforderungen. Allerdings scheint es sich dabei um kein spezifisches Charakteristikum von Amateuraufnahmen zu handeln. Die Einschätzung der Authentizität von Bildern aus heiklen Weltgegenden wird grundsätzlich als schwierig eingestuft. Zur Vermeidung einer Instrumentalisierung der Medien ist hier immer besondere Vorsicht geboten. Während der Konkurrenzdruck zwischen den Tageszeitungen offenbar keine Rolle zu spielen scheint, wirkt sich bei der Prüfung von Amateuraufnahmen allerdings der im Medienalltag omnipräsente Zeitdruck negativ aus. Grundsätzlich lassen sich zwei verschiedene Varianten unterscheiden, wie mit nicht-verifiziertem Bildmaterial von Amateurfotografen umgegangen werden kann: Erstens kann dieses generell zurückgehalten werden oder die trübe Quellenlage in der Berichterstattung zweitens deklariert und somit transparent gemacht werden. Dies kann etwa geschehen, indem die jeweilige Quelle sehr genau angegeben oder auch, indem die Geschichte um das entsprechende fragli-

che Bild herum aufbaut wird. Auch wenn es hier keine allgemein gültige, klare Linie gibt, präferieren die befragten Medien im Sinne ihres eigenen Qualitätsanspruchs die Variante, Bilder mit einer ungesicherten Quellenlage bzw. unzureichender Echtheitsverifizierung in der Berichterstattung nicht zu verwenden.

Der befragte Boulevard-Redakteur tätigt im Interview ähnliche Angaben. Auch die *Kronen Zeitung* führt bei Amateurfotografien einen Quellencheck durch. Gregor Brandl gab ebenfalls an, dass sowohl nach dem Urheber recherchiert als auch die Geschichte hinterfragt werde. Fremdmaterial – speziell jenes von Amateuren – hat also auch hier einen anderen Status als Eigenmaterial. Ungeprüfte Fotos werden laut dem stellvertretenden Chefredakteur der Lokalredaktion nicht gebracht. Bei trüben Quellen hänge es von der Brisanz der Geschichte ab, ob das Bild eher zurückgehalten oder die Quellenlage deklariert werde.

12.5 Kennzeichnung

Forschungsfrage 5: Werden nicht-professionelle Aufnahmen und eine möglicherweise unsichere Quellenlage auf besondere Weise gekennzeichnet – wenn ja, wie?

Wie in der Theorie bereits dargestellt wurde,⁶⁴⁵ genießen Fotografien als Werke der Lichtbildkunst nach geltendem Österreichischem Urheberrechtsgesetz als Ganzes und in Teilen urheberrechtlichen Schutz.⁶⁴⁶ Sowohl für den Online- als auch den Print-Bereich gilt somit, dass in jedem Fall die Quelle angegeben werden muss. Der befragte Videoredakteur des *Kuriers* sagt hierzu: „Quellenangabe kommt auf jeden Fall rein, die muss rein.“ (A2) Die *Angabe der Quelle* heißt im Klartext, dass das „Copyright mit dem Namen des Fotografen“ (PH) angeführt werden muss. Es handelt sich hier um eine Pflichtangabe, wie der Fotograf der *Presse* erklärt: „Es muss [...] der Name des Fotografen drunter stehen.“ (CF) Die *Kurier*-Fotoredakteurin bestätigt dies entsprechend: „Wir haben das Urheberrechtsgesetz in jedem Fall [...]“ (DH) Das Copyright steht unter dem Bild und wird in der Regel mit „C – und de[m] jeweilige[n] Fotograf[en]“ (PH) an-

⁶⁴⁵ Vgl. Kapitel 9.3. der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁴⁶ Vgl. Österreichisches Urheberrechtsgesetz: Gesamte Rechtsvorschrift für Urheberrechtsgesetz, § 1 und §3.

gegeben. Zwischen Laien- oder Profi-Fotografien besteht hier an sich kein Unterschied: Wird eine Amateuraufnahme in der Berichterstattung verwendet, dann wird auch der Hobbyfotograf namentlich im Copyright als Urheber bzw. Quelle genannt. So erklärt der befragte *Presse*-Redakteur, es werde dann eben „der Amateur [...] namentlich erwähnt“ (PH), denn „das Copyright muss da schon eingehalten werden.“ (PH) Auch der *Standard*-Fotoredakteur erklärt: „[W]enn wir jetzt von einem Hobbyfotografen irgendwas übernehmen würden, dann würden wir natürlich auch ihn als Quelle nennen für die Zeitung.“ (A1) Außer, der Urheber wünscht eine anonyme Veröffentlichung – in diesem Fall kann sich auch mit der Angabe „private Aufnahme“ beholfen werden, wie der stellvertretende Chefredakteur des *Online-Standard* ausführt: „Wenn [...] der Urheber seinen Namen genannt haben möchte, dann schreiben wir den Namen. Wenn er oder sie den Namen nicht genannt haben möchte, schreiben wir oft ‘privat’ dazu als Abkürzung. [...] Den Credit klärt man dann oft mit der jeweiligen Person ab.“ (RS) Der befragte Videoredakteur des *Kuriers* bestätigt, dass in seltenen Fällen auf die Variante „private Aufnahme“ zurückgegriffen werde, „wenn wir es mischen mit unseren Aufnahmen. Wenn wir selber irgendwas gedreht haben und dazu Fremdmaterial bekommen, dann würden wir vielleicht dazu schreiben ‘private Aufnahme’ [...]. Aber in der Regel nicht. Urheber, Quelle, kommt immer drauf.“ (A2) Dabei handelt es sich also eher um Ausnahmen; im Regelfall wird der Urheber namentlich unter dem Bild genannt. Auch Kombinationen von Medium und Fotograf bzw. Agentur und Fotograf in der Bildunterschrift sind üblich. Peter Huber verdeutlicht dies mit dem Beispiel, wenn etwa Aufnahmen des „Hausfotografen“ oder Bilder von einer Agentur verwendet werden: „Sonst haben wir immer stehen: Copyright Presse und Klammer Fabry, zum Beispiel. Oder Reuters und der jeweilige Fotograf.“ (PH) Wenn das Bild nicht auf direktem Weg in die Redaktion gelangt, sondern über eine Agentur herein kommt, die sich die Rechte an dem fraglichen Bild gesichert hat, werden idealerweise also sowohl die entsprechende Agentur als auch der Name des Bildurhebers, d.h. des Amateurfotografen, in der Bildunterschrift angegeben: „Da steht unten in der Klammer der Name: Vorname, Nachname. Und wenn es über eine Agentur kommt: Im Idealfall steht APA [...] oder Reuters, Schrägstrich: der Name des Fotografen. Weil die ja das Bild von dem gekauft haben und dann weiterschicken.“ (CF) Hier deckt sich die Praxis der untersuchten

Qualitätszeitungen in jedem Fall mit den theoretischen Rechtsvorgaben, die im Österreichischen Urheberrechtsgesetz definiert sind.⁶⁴⁷

Grundsätzlich wird das Copyright also unterhalb des Bildes im Bildtext angegeben. Dies gilt sowohl für den Print- als auch den Online-Bereich. Im digitalen Medium ergeben sich im Vergleich zur gedruckten Tageszeitung allerdings zusätzliche Möglichkeiten im Umgang mit Fremdmaterial im Allgemeinen und Amateuraufnahmen im Speziellen. Es kann angenommen werden, dass dies sicher auch durch eine verstärkte Leser-Zusammenarbeit auf Online-Portalen bedingt wird. So gebe es, wie der Fotoredakteur des *Standards* erklärt, eine besondere „Verbindung von Redaktion und Usern und Userinnen, [bei der] sie [...] zum Mitarbeiten [...] ermutigt werden und dann von sich aus auch Fotos [...] oder Videos schicken [...], die dann [...] auf dem [Standard-]Online-Portal zu finden sind.“ (A1) Der Online-*Standard* kennzeichnet dieses Fremdmaterial beispielsweise mit einem eigenen Label, nämlich dem „Brand UGC“ (A1) – kurz für „User Generated Content“ (A1), wie der Fotoredakteur erläutert: „Wir haben da dieses Symbol: ‘#User’. [Manchmal] steht es dann auch schon im Titel: ‘Userfotos’ [...] und drunter steht dann der Name des Einsenders. Das sind dann die Beiträge, die uns zugeschickt werden, und die sind dann auch namentlich gekennzeichnet.“ (A1) Durch das Symbol „#User“ ist der darunter aufgeführte Content klar als von Nutzern generierter Inhalt erkennbar. Dies wird auch „in der Regel [...] gleich beim Bild vermerkt.“ (A1)

Bei der Wiedergabe von Meinungen Dritter besteht zudem die Möglichkeit, diese mit ersichtlichem Urheber einzubetten – beispielsweise in Form von Tweets: „dort wo wir Bilder aus anderen Quellen haben, in dem Fall eben aus Tweets, sind [diese] eingebettet, sodass es für den User auch klar ersichtlich ist, das ist jetzt nicht dieselbe Quelle.“ (A1) Zusätzlich sind diese „eingebauten“ Beiträge in einem besonderen Layout gestaltet und damit klar als Fremdmaterial erkennbar: „Also wir zitieren diesen Tweet, die Hintergrundfarbe ist anders, wir haben da einen Rahmen und da wird ganz klar, das ist jetzt nicht unsere Information [...]“ (A1) Somit ist also schon „durch das Layout [...] [und die] Form klar, dass das eine andere Quelle ist“ (A1), wie der Fotoredakteur des

⁶⁴⁷ Vgl. Österreichisches Urheberrechtsgesetz: Gesamte Rechtsvorschrift für Urheberrechtsgesetz; vgl. zudem abermals Kapitel 9.3. der vorliegenden Magisterarbeit.

Standards erklärt. Auch wird dadurch transparent gemacht, *wer* die fragliche Nachricht oder das entsprechende Foto dazu verbreitet:

Also „XY hat auf Twitter gepostet“ oder „XY verbreitet über Instagram [...]“ – was auch immer. Also wir geben die Quellen dazu an und behaupten [...] nicht, dass dies tatsächlich die Wahrheit sei, sondern eben das, was auf einem bestimmten Kanal von bestimmten Personen verbreitet wird. [...] [I]ch denke, näher kann man sich der Objektivität nicht annähern. (A1)

Dieses Verfahren lässt sich – wie weiter oben erwähnt⁶⁴⁸ – auch bei unzureichender Quellentransparenz oder Zweifeln hinsichtlich der Authentizität eines Fotos anwenden. hier gibt es ja generell zwei verschiedene Möglichkeiten gibt, mit dieser Gefährdungslage umzugehen: Die eine ist die, das Bild grundsätzlich nicht zu bringen, die andere wie gesagt jene, das Bild zwar zu verwenden, die Quellenlage aber dementsprechend zu deklarieren und kenntlich zu machen – beispielsweise indem ein Tweet als eine Art Zitat eingebaut wird. Dadurch, dass der Redakteur „einen Umweg geht“ (PH) könne er dem Unsicherheitsfaktor laut Peter Huber in gewisser Weise ausweichen und zwar indem man eben

einen Tweet einbettet und die Geschichte rund um diesen Tweet erzählt. Durchaus mit dem, dass es zweifelhaft ist, ob dieses Bild echt ist, aber ich kann ja diesen Tweet einbetten und kann dann die Geschichte rund um das Bild erzählen. Also so gesehen kann ich es so ein bisschen umgehen. [...] Dann stelle ich das dar und auch dass diskutiert wird. Und das ist ja gerade wirklich oft so, dass so was über Twitter irgendwo reinkommt. Dann haben wir das Bild – also den Tweet [...] und [man] kann aber dann [...] eigentlich auch recht sachlich [...] dieses Zweifel eben auch reinbringen, wenn es so ist [...]. (PH)

So kann die ungesicherte Quellentransparenz also offen gelegt bzw. das Problem, ob man das Bild nun bringt oder nicht, in gewisser Weise umgangen werden. Wenn ein Bild – beispielsweise auch von Social Media Plattformen – als reiner Bildbeitrag übernommen wird, muss in jedem Fall Kontakt mit dem Urheber aufgenommen werden. Wenn ein Bild innerhalb eines Tweets zitiert wird, darf dies sogar ohne vorherige Rücksprache erfolgen, wie Rainer Schüller vom *Standard* erklärt:

⁶⁴⁸ Vgl. Kapitel 12.4.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

Wenn wir das Foto innerhalb eines Tweets einbauen, dann [...] kann man das auch ohne Rücksprache verwenden, wenn man den Tweet rundherum quasi zitiert [...]. Da ist dann auch der Urheber erkennbar. Und das machen wir vor allem dann, wenn man erkennt, dass der Urheber ein Interesse hatte, dieses Foto zu veröffentlichen über Twitter. Es ist ja über Twitter sowieso öffentlich und das ist dann ein Zitat von der Veröffentlichung. (RS)

Bei der Einbettung handelt es sich also sozusagen um das „Zitat einer Veröffentlichung“, die mit ersichtlichem Copyright also auch ohne Genehmigung erfolgen darf. Auch Peter Huber von der *Presse* bestätigt „dass man Tweets einfach einbetten kann – bis jetzt ohne rechtliche Probleme.“ (PH)

Wie die Experteninterviews ergeben haben, erfolgt ein etwaiger Vermerk zur Quellenlage ebenso wie die Angabe des Copyrights grundsätzlich „in unmittelbarer Nähe des Bildes“ (A1) – d.h. in der Regel „direkt in der Bildunterschrift, [...] weil es eben zum Bild dazu gehört“ (A1), wie der Fotoredakteur des *Standards* konstatiert. Dies gewährleistet dementsprechend auch Transparenz hinsichtlich des Urhebers einer solchen Information, weil dadurch ersichtlich ist, dass sie „von XY irgendwo gepostet wurde oder das eine Organisation [...] ausgeschickt hat“ (A1) Rainer Schüller ergänzt in diesem Zusammenhang: „Wir schreiben [...] immer sehr genau die Quellen hin, damit wir damit belegen, wer das jetzt sozusagen behauptet, was da gesagt wird.“ (RS) manchmal geschieht dies etwa im Falle von Nachrichten aus Kriegs- und Krisengebieten: „[B]ei Kriegsberichterstattung machen wir manchmal so eine[n] allgemeine[n] [...] Teaser in eigener Sache, wo wir grundsätzlich schreiben, dass wir nicht zu 100% verifizieren können, ob jetzt einerseits die Nachrichten, die wir aus dem Kriegsgebiet bekommen und die Fotos tatsächlich zu 100% stimmen“ (RS) , so Schüller. Allerdings „kommt das so selten vor“ (RS), dass dieses Vorgehen eher als die Ausnahme von der Regel bezeichnet werden kann.

Abschließend lässt sich festhalten, dass bei den untersuchten Medien keine einheitliche Linie vorherrscht, wie Amateuraufnahmen genau beschriftet werden. Beim Copyright-Vermerk unter dem Bild handelt es sich in jedem Fall um eine Pflichtangabe.⁶⁴⁹

⁶⁴⁹ Vgl. Österreichisches Urheberrechtsgesetz: Gesamte Rechtsvorschrift für Urheberrechtsgesetz sowie Kapitel 9.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

Fakt ist: Während es online durchaus Strategien gibt, um – neben der namentlichen Angabe des Fotografen – dieses Fremdmaterial *als solches* kenntlich zu machen (zum Beispiel durch ein eigenes Label oder die oben beschriebene Einbettung von User-Beiträgen), werden Amateuraufnahmen in der gedruckten Tageszeitung lediglich mit dem Namen des Urhebers bzw. Fotografen versehen. Dies gilt auch für den Online-Bereich, sofern nur das einzelne Bild als solches für die Berichterstattung verwendet wird. Werden Bilder etwa im Rahmen von Tweets zitiert und eingebettet, ist der Urheber der Information ohnehin ersichtlich. Auf die Frage, ob nicht-professionelle Aufnahmen, wenn Einzelbilder übernommen werden, noch anderweitig auf eine besondere Art und Weise gekennzeichnet werden, antwortete der befragte Videoredakteur des *Kuriers*: „Nein, da das eigentlich schon so Standard ist, weil [es] einfach viel verwendet wird.“ (A2) So sei lediglich das „Copyright [...] drinnen. Aber, dass [wir] jetzt draufschreiben ‘Amateuraufnahme’ – nein.“ (A2) Dementsprechend meint auch der Fotograf der *Presse*: „Es muss so oder so der Name des Fotografen drunter stehen.“ (CF) Eine weitere Kennzeichnung als Amateuraufnahme erfolge allerdings nicht: „Also es steht nicht drunter: „Kein Profi“ [...].“ (CF) Somit wird eine Laienaufnahme an sich „nicht gekennzeichnet.“ (CF) Das bestätigt auch der befragte *Presse*-Redakteur anhand einer Amateuraufnahme des vergangenen heftigen Winters in Kärnten: „[D]a haben wir [...] auch einfach das Copyright vom Fotografen [dazu geschrieben] und das war es auch schon. Da haben wir auch nicht darauf hingewiesen, dass das jetzt ein Amateurfotograf ist oder so. Das stört auch nicht. Also ich glaube, dem normalen User ist das [egal].“ (PH) Die Ansicht, dass es für den Leser oder User keinen Unterschied mache, ob nun bei einem Amateurfoto vermerkt sei, dass es sich eben um *kein* professionelles Bild handelt, teilt auch der *Kurier*-Videoredakteur: „Man muss es auch nicht kennzeichnen, finde ich. Ob das jetzt Amateuraufnahmen sind oder professionelle Aufnahmen, finde ich, erkennt man. Und es würde für mich als Seher keinen Unterschied machen, ob das nun draufsteht oder nicht.“ (A2) Eine zusätzliche Kennzeichnung von Amateurfotografien als solche – etwa in Form eines vergleichbaren Vermerks wie dem Memorandum [M] für Bildmanipulationen⁶⁵⁰ – findet also nicht statt. Folglich sind diese Fotos *für den flüchtigen Leser* – abgesehen von einer womöglich schlechteren Bild-

⁶⁵⁰ Vgl. Rossig: Fotojournalismus, S. 176; vgl. außerdem Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 113-114 sowie Kapitel 9.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

qualität – in den gedruckten Versionen der untersuchten Tageszeitungen an sich *nicht* als nicht-professionelle Aufnahme zu erkennen.

12.5.1 Vergleich: Abweichungen im Boulevard

Die Lokalberichterstattung der *Krone* weicht mit ihren Leserreporterfotos davon allerdings deutlich ab: Neben dem Namen des Urhebers, der das Bild gemacht bzw. eingesandt hat, kennzeichnet die *Kronen Zeitung* ihre Leserreporterfotos mit einem Handysymbol und einer Rufnummer bzw. E-Mail-Adresse. Dies soll auch andere Leser zum Einsenden von Fotos motivieren:

Wir kennzeichnen das auch dementsprechend. Das wird auch beworben in der Zeitung mit einem Symbol, einem Handysymbol mit dieser Rufnummer, ich glaube, fünfmal die fünf. Da gibt es eine eigene E-Mail-Adresse [...]. [I]mmer wenn ein externes Foto erscheint vom einem Leserreporter, wird dieses als Leserreporterfoto gekennzeichnet. Und das motiviert natürlich dann die Leute, die das sehen, auch was zu schicken. (GB)

Dies sei mittlerweile auch schon Standard, wie Brandl erklärt: „Das ist eh jeden zweiten Tag drinnen. Da ist das Foto, dann haben wir oben das Handy, [...] ‘Krone-Leserreporter’, und der Foto-Credit, der steht daneben.“ (GB) Damit unterscheidet sich das Verfahren des hier untersuchten Boulevardmediums also sehr deutlich von den tagesaktuellen Qualitätszeitungen. Allerdings muss auch hier wieder darauf hingewiesen und bedacht werden, dass die *Krone* durch diese Form der Leserpartizipation eben auch einen ganz anderen Zugang zu Amateuraufnahmen hat, als dies bei den drei untersuchten Qualitätszeitungen der Fall ist.

12.5.2 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich sowohl für den Online- als auch den Print-Bereich festhalten, dass der Bildurheber in jedem Fall bei einem Bild angegeben werden muss. Hier besteht auch kein Unterschied zwischen Laien- oder Profi-Fotografien. Wenn eine Amateuraufnahme als reiner Bildbeitrag in der Berichterstattung verwendet wird, wird auch der Hobbyfotograf namentlich im Copyright als Urheber genannt. Grundsätzlich findet sich der Copyright-Vermerk unterhalb des Bildes im Bildtext. Auch Kombinationen von Medium und Fotograf bzw. Agentur und Fotograf – egal ob Profi oder Laie –

sind in der Bildunterschrift gebräuchlich. Im Vergleich zur gedruckten Tageszeitung existieren im digitalen Medium mehr Möglichkeiten, mit Fremdmaterial von Usern und damit auch mit Bildbeiträgen zu verfahren: Bei der Wiedergabe von Meinungen Dritter ist es beispielsweise üblich, diese Beiträge einzubetten, und den Inhalt so eindeutig als fremde Information zu markieren. Daneben ist eine Kennzeichnung durch ein anderes Layout oder eigenes Label (z.B. „#User“) möglich. Das Verfahren des Einbettens ist auch bei Unsicherheiten hinsichtlich der Seriosität einer Quelle anwendbar, was allerdings nur in Ausnahmefällen vorkommt. Die Einbettung mit ersichtlichem Copyright-Vermerk kann als „Zitat einer Veröffentlichung“ verstanden werden, die nach derzeitigem Stand auch ohne Genehmigung des Urhebers erfolgen darf. In der *gedruckten* Variante der Qualitätsmedien werden Amateuraufnahmen in der Regel *nicht* explizit als solche kenntlich gemacht, sondern wie Bilder von Profis behandelt; d.h. sie werden einfach mit dem Copyright-Vermerk – also dem Namen des Fotografen – versehen. Ein zusätzliches Kenntlichmachen als Amateuraufnahme wird an sich nicht vorgenommen. Dies erscheint den Befragten nicht notwendig, da angenommen wird, dass man der Aufnahme ihre fehlende Professionalität ohnehin ansieht bzw. dies für den Bildbetrachter keinen Unterschied macht. Wenn eine sorgfältige vorherige Prüfung durch die Redaktionen die Verwendung in der Berichterstattung legitimiert, wird eine ergänzende Kennzeichnung als nicht professionelle Aufnahme als unnötig erachtet. Anzumerken bleibt in diesem Zusammenhang aber, dass dem Leser durch das Vorenthalten dieser Zusatzinformation – d.h. wenn nur der bloße Name des Urhebers angegeben wird – die Möglichkeit genommen wird, diese Quelle *selbst kritisch zu beurteilen*.

In der *Kronen Zeitung* hingegen erfolgt neben der namentlichen Nennung des Fotografen die Kennzeichnung von Leserreporterfotos mit einem deutlich erkennbaren Handysymbol. Dieser eindeutige Unterschied der gedruckten Boulevard-Zeitung im Vergleich zu den untersuchten Qualitätstageszeitungen kann wiederum damit begründet werden, dass die Lokalredaktion der *Kronen Zeitung* eben einen anderen Zugang zu Amateuraufnahmen im Allgemeinen hat und durch das regelmäßige Abdrucken von Leserreporterfotos im Speziellen einfach intensiver mit ihren Lesern arbeitet als es in den anderen untersuchten Print-Medien der Fall ist.

12.6 Vorgehen bei fehlerhafter Berichterstattung

Forschungsfrage 6: Wie wird bei fehlerhafter Berichterstattung reagiert?

An dieser Stelle ist vorzuschicken, dass das Qualitätsmanagement hinsichtlich der Prüfung von Amateurmaterial bei den untersuchten Qualitätszeitungen sehr gut zu funktionieren scheint, da sich so gut wie keine Fälle feststellen lassen, in denen Bilder gebracht wurden, die sich im Nachhinein als Manipulation bzw. Fälschung entpuppt haben.⁶⁵¹ Doch auch in Redaktionen arbeiten Menschen und Fehler können passieren – genauso wie im Wort-Journalismus. Nach dem Ehernkodex des Österreichischen Presserates gelten im Falle einer fehlerhaften Darstellung – egal ob diese mutwillig oder unabsichtlich geschieht – jedenfalls folgende Vorgaben: „Sobald einer Redaktion zur Kenntnis gelangt, dass sie eine falsche Sachverhaltsdarstellung veröffentlicht hat, entspricht eine freiwillige Richtigstellung dem journalistischen Selbstverständnis und Anstand.“⁶⁵² Demnach erfolgt eine Berichtigung also nur auf *freiwilliger Basis*. Wie mit Büllesbach bereits angemerkt wurde, bleibt die journalistische Sorgfaltspflicht in der Handhabung von Amateurfotografien damit also auch weitgehend der Selbstkontrolle der Medien überlassen.⁶⁵³ Dem Selbstbild von Qualitätsmedien entsprechend, müsste bei ihnen aber ein ausgeprägter Anspruch an die eigene journalistische Arbeitsweise vorhanden sein und damit auch das Bemühen um Korrektheit und Aufrichtigkeit bei Fehlverhalten.⁶⁵⁴

Die im Zuge der Experteninterviews gewonnenen Erkenntnisse bestätigen diese Annahme: Wie sich auch für die Praxis gezeigt hat, befließen sich offenbar gerade Qualitätszeitungen um die Vermeidung von Fehlern und im Falle des Falles um Transparenz: „Also Fehler passieren, glaube ich, schon, wie in jeder Redaktion, aber die sind eher die Ausnahme, würde ich sagen. Und wenn ein Fehler passiert, dann sind wir auch bemüht, das [...] transparent [zu machen] und zu entschuldigen, wenn es sein muss“ (RS), meint dazu Rainer Schüller vom *Standard*. Das Bestreben, Berichterstattungsfehler

⁶⁵¹ Vgl. Kapitel 10.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁵² Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit, Ziffer 2.4.

⁶⁵³ Vgl. Büllesbach: Digitale Bildmanipulation und Ethik, S. 123.

⁶⁵⁴ Vgl. Kapitel 9.2 und insbesondere Kapitel 9.2.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

klarzustellen, sei auch gerade ein Merkmal von Qualitätszeitungen, wie Clemens Fabry betont: „[D]as ist genau, was eine Qualitätszeitung ausmacht. Dass man dann eben dem Leser sagt[,] das war ein Unfug [und] dass man den Leser nicht für dumm verkauft.“ (CF) Im Falle einer fehlerhaften Berichterstattung erfolgt bei den untersuchten Qualitätsmedien stets eine Richtigstellung, wie Dragana Heiermann vom *Kurier* ebenfalls festhält: „eine Richtigstellung muss es geben.“ (DH) Vor allem natürlich, „wenn das Bild etwas ganz anderes zeigt als es wirklich ist.“ (DH) Hier sind sich also alle untersuchten Medien einig. Wie diese Richtigstellung erfolgt, variiert leicht – je nachdem, ob es sich um das Online- oder Print-Medium und ein Einzelbild oder Video handelt. Beim *Standard* etwa gilt auch bei Bildern das „Erratum“-Prinzip, wie der befragte Fotoredakteur erklärt:

Das würde wie bei einem Fehler im Text als „Erratum“ behandelt werden und wir würden das im selben Ressort selbstverständlich und im selben Kontext [...] wiedergeben. Beziehungsweise haben wir auch die letzte Seite oder die vorletzte Seite ‘Kommentar der anderen’, wo solche Korrekturen dann auch vorgenommen werden. Unabhängig davon, ob sich das jetzt auf Text oder Bild bezieht. (A1)

Eine Richtigstellung erfolgt also grundsätzlich im selben Ressort und selben Kontext. In der Print-Version des *Standards* steht dafür – wie gesagt – auch zusätzlich eine eigene Seite zur Verfügung. So gibt es, wie *Standard*-Redakteur Rainer Schüller ergänzt, bei einer etwaigen Berichtigung je nachdem ob online oder print „verschiedene Wege. Im Print[-Medium] gibt es ein „Erratum“, das wir regelmäßig machen, wo sozusagen die Fehler der vergangenen Zeit gesammelt werden und die werden dann transparent richtig gestellt.“ (RS) Bei einer unrichtigen Berichterstattung im Online-Medium würden wiederum ein Update direkt beim Artikel und/oder eine Stellungnahme erfolgen, wie Schüller weiter erklärt:

Bei Online ist es so, dass wir, wenn ein Fehler passiert [ist], [...] beim Artikel [...] ein Update dazu [schreiben], dass dieser Fehler passiert ist. Oft ist es so, dass man nicht nur im eigenen Forum kritisiert wird, wo man dann auch antworten muss, dass man das jetzt ausgebessert hat, sondern man muss [sich] auch über Social Media [...] dazu bekennen, dass das ein Fehler war und erklären, was da passiert ist und wie man das jetzt wieder gut macht sozusagen. (RS)

Zusätzlich zur Richtigstellung auf der entsprechenden Seite ist es also häufig notwendig, sich außerdem in den Sozialen Medien zu entschuldigen, wenn beispielsweise auch hier von Lesern Kritik geübt wird.

Grundsätzlich gibt es online unterschiedliche Möglichkeiten, wie man mit einem Fehler umgehen kann. So könne der Redakteur diesen laut Peter Huber von *DiePresse.com* „entweder in der Geschichte richtig [stellen] oder [...] noch einmal eine neue Geschichte [bringen].“ (PH) Wenn sich das Bild als absolute Fälschung entpuppen sollte, würde man dieses auch komplett von der Seite nehmen: „[N]ormalerweise werden wir das dann einfach in der Geschichte richtig stellen oder wenn das Bild ein totales Fake ist, würde man es halt auch runter nehmen.“ (PH) Ein Vorteil, den man beim Online-Medium in jedem Fall hat, ist jener, dass man natürlich schneller auf Fehler reagieren kann als es in der gedruckten Version der Fall ist, wie Peter Huber argumentiert: „[M]an kann ja online viel schneller reagieren und hat es relativ schnell wieder unten.“ (PH) Bei Videos würde eine Berichtigung, wie der *Kurier*-Videoredakteur erklärt, voraussichtlich „mit einem Off-Text, den wir selber einfach drüber einsprechen, erfolgen oder als Kommentar von einem Redakteur.“ (A2) Zudem würde das entsprechende Video wohl von der Plattform heruntergenommen werden: „Dann würden wir es runter nehmen, in erster Linie einmal sofort. [...] Dann würde ich den Chefredakteur fragen, ob wir eine Klarstellung brauchen, [...] wenn es jetzt wirklich was extrem furchtbar Falsches war [...]“ (A2) Die Entscheidung einer expliziten Richtigstellung obliegt im Zweifel also dem Chefredakteur. Es handelt sich hier allerdings um eine hypothetische „Was-wäre-wenn“ (A2) Angabe, da dies dem „bis jetzt“ (A2) *Kurier* „noch nie passiert“ (A2) sei. Die Recherchen im Vorfeld dieser Untersuchung haben nichts Gegenteiliges zutage befördert.⁶⁵⁵ An dieser Stelle ist zu konstatieren, dass eine fehlerhafte Berichterstattung im Hinblick auf Amateuraufnahmen auch nach Aussage der anderen befragten Redakteure äußerst selten bis nie vorkommt. So gibt etwa Rainer Schüller vom *Standard* an, dies passiere „was Fotos betrifft zum Glück relativ selten. Also eigentlich ziemlich selten.“ (RS) Und Peter Huber von der Presse äußert sich dazu folgendermaßen: „Da hatten wir noch keinen akuten Fall in der Richtung.“ (PH) Hier belehrt das

⁶⁵⁵ Vgl. Kapitel 10 der vorliegenden Magisterarbeit.

Video vom Wolf im Olympischen Dorf, über das von der *Presse* berichtet wurde und das sich erst im Nachhinein als Fälschung herausgestellt hat, allerdings eines Besseren.⁶⁵⁶ Auch qualitativ anspruchsvolle und um korrekte Berichterstattung bemühte Medien können also offenbar gut gemachten Manipulationen aufsitzen, da diese heutzutage – wie in der Theorie gezeigt werden konnte – kinderleicht herzustellen, dafür aber umso schwieriger zu erkennen sind.⁶⁵⁷ Bei dem eben geschilderten Fall erfolgte von der *Presse* aber eine sofortige Richtigstellung im selben Ressort und demselben Kontext,⁶⁵⁸ was die Seriosität und den eigenen qualitativen Anspruch dieser Tageszeitung verdeutlicht. Selbst wenn auch dieserart bemühte Medien durch digitale Bildmanipulationen getäuscht werden können, so ist trotzdem nochmals zu betonen, dass den befragten tagesaktuellen Medien tatsächlich kaum Fehler in Sachen manipulierter Amateuraufnahmen unterlaufen. Dies hat an sich ja auch die den Experteninterviews vorangestellte Recherche bestätigt und spricht damit für die Qualitätssicherung der untersuchten Tageszeitungen.⁶⁵⁹ Grundsätzlich versuchen diese, falsche Darstellungen von vorne herein zu vermeiden – und dies gilt insbesondere für Bilder, wie der *Standard*-Fotoredakteur im Anschluss erläutert. Denn gerade diese können für manipulative Zwecke missbraucht werden:

[M]an kann mit Bildern, wie man ja auch aus der Geschichte weiß, [...] ordentlich manipulieren. Das war auch und ist auch zum Teil ein Instrument nicht demokratischer Gesellschaftsordnungen. Und da sich der Standard ja den Grundgesetzen und den Menschenrechten verpflichtet fühlt ist es uns natürlich auch ein Anliegen, diese Formen der Manipulation zu vermeiden, nicht darauf reinzufallen und sie, wenn sie uns auffallen, natürlich auch aufzudecken. Wir versuchen, glaube ich, seit jeher immer schon sehr sorgsam auch mit Bildmaterial umzugehen und nicht manipulativ mit Bildern zu arbeiten. (A1)

Damit wird erneut auf die *Impact*-Stärke und Überzeugungsgewalt von Bildern – und ganz besonders auch auf den hohen Authentizitätscharakter von Amateuraufnahmen – verwiesen, was eingangs ja bereits ausführlich dargestellt wurde.⁶⁶⁰ Ungeachtet der

⁶⁵⁶ Vgl. Kapitel 10.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁵⁷ Vgl. Kapitel 7 und insbesondere Kapitel 7.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁵⁸ Vgl. abermals Kapitel 10.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁵⁹ Vgl. abermals Kapitel 10 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁶⁰ Vgl. Kapitel 2.2 und 2.3 der vorliegenden Magisterarbeit.

Möglichkeiten digitaler Bildmanipulation, ist die Macht von Bildern bis heute ungebrochen und grundsätzlich möchten die Menschen noch immer gerne glauben, was sie sehen.⁶⁶¹ Davon sind auch Journalisten offenkundig nicht ausgenommen; so erzählt Peter Huber zu diesem Thema folgende Anekdote: „Mir ist das damals mit diesem Video mit dem Adler passiert [der ein Kind packt und davon fliegt; Anm. d. Verf.]. Ich wollte diese Geschichte irgendwie glauben, weil es halt so spektakulär war. [...] Also man lässt sich schon manchmal verleiten, weil das einfach zu cool ist eigentlich um wahr zu sein.“ (PH) Gerade aus diesem Grund sei aber stets Vorsicht geboten, warnt der Redakteur: „Also da muss man immer aufpassen“ (PH), weil Fälschungen mittlerweile eben extrem leicht herzustellen sind, gleichzeitig aber „so echt aus[schauen].“ (PH) Genau das ist ein wichtiger Punkt, der in diesem Zusammenhang nicht unberücksichtigt bleiben darf: Auch wenn Fehler – was Amateuraufnahmen betrifft – anscheinend so gut wie nie vorkommen, bleibt hier allerdings fraglich, wie viele bearbeitete und möglicherweise nicht-authentische Bilder den Weg in die Berichterstattung finden, *ohne dass dies überhaupt bemerkt wird*, weil mittlerweile auch Fälschungen zum Teil täuschend echt wirken.⁶⁶² Dragana Heiermann bemerkt dazu:

[W]ir schauen uns 6.000 Fotos am Tag durch. Also das ist ungelogen [...] und man geht sie [...] in diesem [kleinen] Format [am Bildschirm; Anm. d. Verf.] durch und man erkennt: 'Ok, das ist gut, das ist schlecht, das will ich haben.' Insofern sind wir da schon sehr geübt, behaupte ich. Ich behaupte aber nicht, dass uns [...] nicht auch was durchrutscht. (DH)

Vor allem die Menge der Bilder ist also ein großes Problem für Fotoredakteure, die in ihrer im Theorieteil ausführlich beschriebenen Funktion als *Gatekeeper* ja auch für die Auswahl der für die Berichterstattung verwendeten Bilder zuständig sind.⁶⁶³ Damit bestätigt sich die in der vorliegenden Magisterarbeit vertretene Annahme, dass am wachen Auge des Redakteurs also durchaus Fotografien vorbeihuschen können, die womöglich manipuliert worden sind oder eine Szene in ein vollkommen anderes Licht

⁶⁶¹ Vgl. insbesondere Kapitel 7 sowie abermals Kapitel 2.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁶² Vgl. insbesondere Kapitel 7.3 der vorliegenden Magisterarbeit).

⁶⁶³ Vgl. Kapitel 5.1 der vorliegenden Magisterarbeit.

rücken.⁶⁶⁴ Genauso, wie ein Medium von einem Informanten mit unrichtigen Informationen versorgt werden kann, so kann es auch gefälschten Bildern aufsitzen, wie die *Kurier*-Fotoredakteurin einräumt:

Wir sind auch schon Menschen aufgesessen. [...] Das gilt genauso für den Bildbereich. [...] Ich möchte gar nicht wissen, wie viele Fotos bei uns erscheinen, die vielleicht... [...] Ja, also wir haben so viele hunderte Fotos, unsere Supplements, unsere ganzen Beilagen uns so weiter. Ich würde lügen, wenn ich sage: 'Jedes Bild ist von mir recherchiert.' Ich kann es gar nicht. Das ist einfach unmöglich [...]. Und vielleicht ist das sogar passiert. [...] [Es] wäre unseriös zu sagen: 'Das passiert bei uns nie.' (DH)

Die Dunkelziffer jener Aufnahmen, die trotz aller Bemühungen um große Sorgfalt womöglich „durchrutschen“, scheint also nicht abschätzbar. Ein Argument, das ebenfalls für diese Annahme spricht, ist, dass in vielen Fällen auch erst einmal jemand das Medium klagen muss, damit ein Fehler überhaupt auffällt:

Also wenn dem so wäre, dass wir ein Bild bringen, das so nicht stattgefunden hat, dann müsste ja mit großer Wahrscheinlichkeit jemand auf dem Bild sein, der uns klagt und sagt: 'Also in dem Zusammenhang ist dieses Bild also vollkommen falsch!' [...] Oder es kommt jemand und sagt: 'Das ist eigentlich mein Bild und hier wurde etwas hinzugefügt.' (DH)

Solche Fälle würden dann über den zuständigen „Medienanwalt“ (DH) bzw. „über die Rechtsabteilung“ (RS) laufen. Doch was, wenn niemand versucht, das Medium rechtlich zu belangen und somit auch keiner auf einen etwaigen Fehler aufmerksam macht? Was manipulierte Amateuraufnahmen betrifft, scheint in diesem Zusammenhang also ein wenig das Credo zu regieren: „Wo kein Kläger, da kein Richter“ – denn wenn weder die Redakteure noch die Leser bemerken, dass es sich bei einer Amateuraufnahme um eine Manipulation handelt, kann diese weder entsprechend gekennzeichnet, noch in diesem Sinne auf diese unrichtige Darstellung reagiert werden. Auch wenn es sich hier vermutlich wirklich nur um einige wenige Negativbeispiele handelt und bei den meisten jener digital manipulierten Bilder, die womöglich „durchrutschen“, kein erheblicher Schaden angerichtet wird, so scheint die Glaubwürdigkeit der Medien dennoch gefährdet zu sein, weil solche Fälle in gewisser Weise ihre Sorgfalt im Umgang mit diesen

⁶⁶⁴ Dies wurde im Zusammenhang der vorangestellten Recherche zu aktuellen Fällen in den österreichischen Medien bereits diskutiert (vgl. Kapitel 10.2 der vorliegenden Magisterarbeit).

Aufnahmen unterwandern. Dies wurde bereits in der Theorie und auch im Zusammenhang der Ergebnisse der Vor-Recherche zu den durchgeführten Experteninterviews diskutiert.⁶⁶⁵ Die *tatsächliche Anzahl* solcher heimlichen „schwarzen Schafe“ ist – und damit bestätigt Dragana Heiermann die hier zugrunde liegende Hypothese⁶⁶⁶ – jedenfalls nicht abzuschätzen: „Wenn es wirklich gut gemacht ist, da können wir dann recherchieren, was wir wollen [...].“ (DH) Somit bleibt bei der Verwendung von Amateuraufnahmen in der tagesaktuellen Berichterstattung – so sehr sich seriöse Medien auch um Gründlichkeit bei der Prüfung dieses Materials bemühen – immer ein gewisses Restrisiko bestehen. Das einzige, was Medienunternehmen tun können, ist, sehr gewissenhaft und bedacht mit digitalen Amateurfotografien umzugehen und sich zumindest so weit wie möglich abzusichern. Der Kurier beispielsweise besteht grundsätzlich auf eine schriftliche Bestätigung über die Urheberschaft, die dann zumindest Rechtssicherheit im Falle einer Klage gewährleistet:

Sollte es wirklich passieren, dass jemand anruft [...]und [...] [sagt]: ‘Das ist ein Stock-Foto, das habe ich einer Stockagentur gegeben[,] [...] hier ist ein Ausschnitt verwendet worden.’ Da bespricht man sich natürlich dann mit unserer Rechtsabteilung [...] – und [...] wir heben das wirklich so über Jahre auf – dieses Foto mit dem Anhang, das ist eben [...] [die] [schriftliche] Bestätigung: ‘Sie sind der Urheber, Sie erhalten Geld dafür und [...] halten uns klag- und schadlos in irgendeinem Fall’ [...]. Manchmal [...] sind [wir] dann auch in der Rechtfertigungspflicht, das passiert auch. (DH)

Im Grunde bleibe einem Medium bei allen Bemühungen um eine korrekte Darstellung nur diese Möglichkeit der Absicherung, um sich bei etwaigen unverschuldeten oder unbewussten Berichterstattungsfehlern mit Amateurfotografien rechtfertigen zu können, wie Heiermann konstatiert: „Wir können uns nur darauf berufen.“ (DH)

12.6.1 Sorgfalt anderer im Umgang mit Amateurfotografien?

Die gegenseitige Einschätzung der Qualitätstageszeitungen fällt relativ deckungsgleich aus: Was den Umgang mit Amateuraufnahmen betrifft, sind nach Meinung der Befragten auch die anderen Qualitätsmedien grundsätzlich sehr bemüht und bei der Prüfung des Material sehr genau, damit möglichst keine Fehler passieren. So schätzt etwa Peter

⁶⁶⁵ Vgl. Kapitel 7.4 sowie 10.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁶⁶ Vgl. abermals Kapitel 10.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

Huber von der *Presse*: „also ich glaube [...] Standard, ORF, die sind da sicher genauso sorgfältig.“ (PH) Auch Dragana Heiermann vom *Kurier* schätzt die „Konkurrenz“ am Markt der Qualitätstageszeitungen ähnlich ein: „[I]ch nehme jetzt einfach mal Kollegen von Standard, Presse, die, glaube ich, – oder das weiß ich auch – großes Aufheben darum machen, zu recherchieren und [wo] auch sehr viel Geld dahinter steckt, um diese Qualität zu halten und dem auch nachzugehen, dass das alles so korrekt ist.“ (DH) So meint auch der Videoredakteur des Kuriers: „Qualitätszeitungen wie Presse, Standard auf jeden Fall, die sind 100%ig sehr sorgfältig. Qualitätsblätter auf jeden Fall.“ (A2)

Für jene Tageszeitungen, die dem so genannten Boulevard zugeordnet werden, fällt die Einschätzung allerdings weniger wohlwollend aus. Vorab muss an dieser Stelle allerdings betont werden, dass diese Medien einen grundlegend anderen Zugang zu Amateuraufnahmen haben, was es bei einem Urteil auch zu berücksichtigen gilt. Beispielsweise zeigt sich dieser andere Zugang in Form einer verstärkten Nutzung von Leserreporterfotos. So konstatiert der Fotoredakteur der Tageszeitung *Standard*:

Bei Boulevardmedien ist es natürlich ein bisschen was anderes. Da setzt man ja heutzutage auch gerne auf die Leserreporter oder wie auch immer das dann bezeichnet wird, die dann die Lokalereignisse auch abdecken. Die Lokalberichterstattung ist dann bei uns ja nicht so ein Hauptzweck. Darum können wir darauf auch weitgehend verzichten. (A1)

Sowohl so genannte Boulevardmedien als auch kleinformatische Tageszeitungen legen in der Regel einen größeren Schwerpunkt auf Lokalberichterstattung, den es so in tagesaktuellen Qualitätszeitungen wie den untersuchten Medien *Presse*, *Standard* und *Kurier* in dieser Form nicht gibt. Demnach bietet sich im Lokalteil an sich mehr Raum für Amateurfotografien, weshalb sie in diesem Rahmen auch tendenziell häufiger verwendet werden:

Andere Tageszeitungen, kleinere Tageszeitungen, die lokaler sind, die haben zum Beispiel sehr viele Amateurbilder drinnen. So Kleinformate – zum Beispiel eine Straßenbahntgleisung, worüber ja die Qualitätszeitung nicht berichtet, das ist bei uns eine kleine Kurzmeldung. Aber andere Zeitungen, zum Beispiel Gratiszeitungen [...] [bringen so etwas]. Eben die berühmte Straßenbahntgleisung oder [...] [e]in Baukran, der umgestürzt ist. Da sind natürlich Leute dort, die drücken am Handy drauf und schicken das an die Zeitung. Diese Zeitungen verwenden Amateuraufnahmen schon sehr häufig. (CF)

An sich ist dies noch nicht negativ zu bewerten, weil es sich hierbei zunächst einmal um eine andere Herangehensweise handelt, die mit den befragten Qualitätszeitungen folglich auch nicht 1:1 zu vergleichen ist. So bemerkt etwa die Fotoredakteurin des *Kuriers*: „Es gibt natürlich dann auch Medien, die auch mit Lesern arbeiten. Das ist eine andere [Herangehensweise].“ (DH) Auch Peter Huber von der *Presse* gibt zu bedenken, die so genannten Boulevardmedien „leben ja auch sicher viel mehr davon. Also zum Beispiel Österreich und Heute, die kriegen das ja auch zugeschickt und die zahlen, glaube ich, schon auch teilweise dafür. Deswegen ist das dort ganz anders.“ (PH) Nach Hubers Einschätzung sei wohl aus diesem Grund „dort auch die Gefahr viel größer, dass sie halt einmal irgendeinem Schmäh aufsitzen. Aber wir sind halt einfach nicht so drauf angewiesen auf solche Geschichten [...]“. (PH)

Trotz dieses unterschiedlichen Zugangs, der bei einem Urteil in jedem Fall mit bedacht werden muss, ist es legitim, ihren Umgang mit diesem Bildmaterial zu hinterfragen. Denn auch wenn der Boulevard mit Amateuraufnahmen und den Lesern insgesamt anders arbeiten mag als dies etwa bei Qualitätsmedien der Fall ist, so müsste er dabei dennoch journalistische Sorgfalt an den Tag legen. Auch hier kann nach Ansicht der Interviewpartner zwischen Medien unterschieden werden, die dies eher erfüllen, und solchen, denen es mehr oder weniger egal zu sein scheint, wo ein Bild herkommt:

Wenn ich in der U-Bahn sitze und ich habe zwei Gratiszeitungen zur Verfügung, da wird natürlich der eine den anderen versuchen in irgendeiner Form auszusteichen. [...] Bei zwei Gratiszeitungen sieht man, die eine arbeitet dann doch seriöser, die andere will man nicht einmal mehr gratis auf der Triesterstraße im Auto geschenkt bekommen. (DH)

Auch wenn es also offenbar Abstufungen zu geben scheint, fällt das Urteil über die Boulevardmedien insgesamt eher kritisch aus. So geht Peter Huber davon aus, „dass der Boulevard damit einfach leichter umgeht.“ (PH) Und mit dieser Einschätzung ist er keinesfalls alleine. Der befragte *Presse*-Fotograf konstatiert: „Also, die Zeitungen, die auf Masse gehen, nehmen das eher lockerer.“ (CF) Und auch der Videoredakteur des *Kuriers* schätzt die Boulevard-Seiten folgendermaßen ein: „Ich glaube, es wird nicht sehr drauf geachtet, wo es her kommt.“ (A2) Diese Einschätzung vermag allerdings kaum zu überraschen, bedenkt man, dass es bei einigen Boulevardblättern offenbar

mit der journalistischen Sorgfaltspflicht grundsätzlich nicht sonderlich weit her ist – so erklärt beispielsweise die Fotoredakteurin des Kuriers:

Also es gibt Medien, die damit vollkommen anders umgehen. Die nehmen sich eine Facebook-Seite, sehen die oder geben einen Begriff ein [...] da poppt etwas auf, das ist oft eine Facebook-Seite, wo eben ein Mensch das zufällig fotografiert hat, holen sich das runter und schreiben 'Facebook' dazu. Das ist bei uns verboten. [...] Wir haben auch schon Fotos von uns in der Zeitung gefunden. [...] Das funktioniert auch so. [...] Wir haben auch eine Facebook-Plattform, da ist die Auflösung meistens sehr gut. Das nimmt man sich einfach runter und schreibt einfach 'Facebook' drunter. [...] Also das geht und wollen wir gar nicht. [...] Also wir sind eine Qualitätszeitung mit [einem] Anspruch. (DH)

Während solch ein Vorgehen bei Qualitätsmedien also undenkbar wirkt, da es mit dem eigenen Anspruch keineswegs kompatibel ist, scheint dies bei bestimmten Boulevardmedien offenbar gang und gäbe. Nach Ansicht der Befragten legen diese nicht nur wenig Wert darauf, wo eine Aufnahme herkommt, sondern – in Anbetracht der Tatsache, dass sie selbst auch nicht mit Fotomontagen geizen – scheinbar auch kaum Wert darauf, ob ein Bild bearbeitet wurde oder nicht: „Es gibt österreichische Medien, denen ist das mehr egal als Qualitätsmedien, ob ein Bild jetzt sehr stark bearbeitet ist oder nicht“ (CF), hält Clemens Fabry in diesem Zusammenhang fest. Laut des Fotoredakteurs der Tageszeitung *Standard* scheint es sich dabei um ein durchgängiges Prinzip zu handeln:

[E]s gibt Medien, die in vielerlei Hinsicht einfach weniger Skrupel haben. Und das drückt sich vom Titel über die Artikel bis hin zur Auswahl der Bilder und dem Umgang mit Bildern [...] aus. Also das ist dann meistens ein durchgängiges Prinzip. Und bei Bildern im Speziellen [...] gibt es eben keine Scheu vor Fotomontagen, die wir auch einsetzen, aber nur ausgewählt und nur in bestimmten Bereichen. [...] Es drückt sich natürlich auch in einem lockereren Umgang mit Quellen aus. Die [...] anderen Medien sind oft sehr zurückhaltend mit den korrekten Quellenangaben. Oft fehlen sie und [...] wenn sie nicht fehlen, dann gibt es halt trotzdem Fotos, die [...] dann gewissen Parametern [...] auch nicht entsprechen, die wir anlegen, was die Qualität angeht und [...] was die Wertung der Ereignisse angeht. (A1)

So manches Boulevardmedium scheint also nicht vor gröberen Fotomontagen und „Bilderklau“ zurückzuschrecken. Dementsprechend kritisch fällt erwartungsgemäß auch die Einschätzung der befragten Redakteure in Bezug auf die Sorgfalt im Umgang mit Amateurfotografien aus: „Also ich glaube, das [...] gehört auch zu dem Geschäftsmodell dazu, dass man das in Kauf nimmt, dass das dann vielleicht auch mal nicht

stimmt. [...] Das wird einfach in Kauf genommen, der Auflage wegen oder des Klicks. Wo es eigentlich dann [egal] ist, ob es stimmt oder nicht, also.“ (PH) Gerade in Bezug auf die österreichischen Gratiszeitungen fällt das Urteil scheinbar durchwegs vernichtend aus. So legen nach Einschätzung Rainer Schüllers gerade bestimmte Gratismedien eine sehr große Unprofessionalität an den Tag, sowohl was die Sorgfalt bei der Prüfung von Bildmaterial als auch die Einhaltung des Urheberrechts und des Persönlichkeitsschutzes von Abgebildeten bei digitalen Amateuraufnahmen betrifft:

Na ja, ziemliche[s] Schindluder treiben diese [...] Dinge, die in der U-Bahn liegen. Die haben ja auch offenbar ein hohes Budget, was Klagen betrifft. Denen ist das alles völlig egal, was sie tun und da passieren ja Dinge wie: Irgendeine Person tut irgendwas, dann wird auf Facebook geschaut, dann wird das erstbeste Foto gedruckt und das war aber dann nicht die Person, die dann da in der Geschichte vorkommt, sondern eine andere Person. [...] Und das passiert aber ständig in diesen Produkten, die in der U-Bahn herumliegen und im Altpapier oft landen. Und ja, das ist ziemlich skandalös: Es ist unjournalistisch, es zeigt keinen Respekt vor den Personen, die in den Artikeln vorkommen, es ist eine ständige Urheberrechtsverletzung. Und diese Produkte landen zu Recht im Altpapier und sollten eigentlich besser vielleicht gar nicht so verteilt werden, wie sie verteilt werden. (RS)

Mit dieser Meinung ist Schüller jedenfalls nicht alleine. Auch das Urteil der Fotoredakteurin des *Kuriers* über die österreichischen Gratis-Medien fällt entsprechend scharf aus: „[E]s ist unseriös. [...] Das ist für mich nicht einmal Boulevard, so etwas gehört sich einfach nicht [...] [und] [...] hat nichts mit Journalismus zu tun.“ (DH) Als Beispiel nennt Heiermann bei diesen „Medien, die anders arbeiten, die natürlich wesentlich trashiger sind“ (DH) auch Gewaltfotos, die einfach abgedruckt werden: „Natürlich [...], wenn man in der U-Bahn sitzt und ein Gratisblatt in der Hand hat und so ein Bild sieht, dann spricht man darüber. Aber es ist eine Verpflichtung und ein Akt der Ethik: Tut man das?“ (DH) Diesen höheren „journalistische[n] Anspruch“ (DH) bestätigt auch der befragte Fotograf der *Presse*:

Wenn man wirklich Klarheit hat und man ist mit dem Fotografen handelseins [...], dann passt das schon. Aber sobald Zweifel auftauchen an der Authentizität bzw. an der Echtheit des Bildes oder irgendwelche Zweifel auch immer, dann wird erstens einmal recherchiert und zweitens wird das Bild nicht genommen. Bei anderen Zeitungen, denen ist das [egal], die halt eine Attraktion haben wollen, was raus schreien wollen. (CF)

Auch wenn man mit einem boulevardesken Zugang und einer womöglich eher lockeren Einstellung zu diesem Thema möglicherweise ein größeres Publikum erreicht, sollte man dem journalistischen Qualitätsanspruch des Mediums immer treu bleiben, wie der Videoredakteur des Kuriers konstatiert: „Man weiß im Grunde genau, was die Leute interessiert, aber man kann es mit Boulevard auch übertreiben. Wir haben eine Blattlinie und an die müssen wir uns halten, das ist ganz klar.“ (A2) So bestätigt auch der Online-Redakteur Peter Huber: „Man darf es auch nicht übertreiben“ (PH) – auch die *Presse* sei „schon wesentlich klick-getriebener als jetzt [gewesen]. [...] Klar hängen wir auch davon ab, wegen der Werbung mit jeder ausgespielten Seite [...] Aber das muss dann einfach auch mit der Marke [Presse] zusammenpassen. [...] Gut, da würden wir vielleicht manchmal eh gern mehr wollen als wir [...] dürfen.“ (PH) Es scheint allerdings gut und richtig, sich auch im schnellen Online-Business stets der journalistischen Wurzeln und der eigenen qualitativen Ansprüche zu erinnern, um das oben beschriebene Niveau zu halten.

12.6.2 Vergleich: Abweichungen im Boulevard

Nach Aussage von Gregor Brandl hat die Lokalredaktion der *Kronen Zeitung* was die Verwendung von bearbeiteten oder manipulativ gestreuten Amateuraufnahmen offenbar „bis jetzt [...] keine Erfahrungen gemacht.“ (GB) Auf die Frage, wie denn reagiert werde, wenn die Redaktion dennoch einmal darauf kommen sollte, dass ein Bild gebracht wurde, dass sich im Nachhinein als Manipulation entpuppt, scherzte der befragte Redakteur: „Wir nehmen eine Schere und schneiden es aus der Zeitung raus.“ (GB) So gesehen blieb der befragte Redakteur hier leider eine Antwort schuldig: „Kann ich jetzt wirklich nicht beantworten, weil das noch nie passiert ist.“ (GB) Es mag durchaus sein, dass eine fehlerhafte Berichterstattung in dieser Form tatsächlich noch nicht vorgekommen ist oder aus den oben beschriebenen Gründen („Wo kein Kläger, da kein Richter“, Manipulationen kaum zu erkennen, etc.) einfach nicht bewusst geworden sein könnte, wie ja auch die anderen befragten Medien einräumen. Allerdings muss an dieser Stelle zur Diskussion gestellt werden, ob die ausweichende Antwort des Redakteurs nicht eher darauf hinweisen könnte, dass hier seitens des Mediums nicht sonderlich viel Sorgfalt an den Tag gelegt wird – oder zumindest keine all zu große Sorge vor

einer fehlerhaften Berichterstattung besteht, wenn augenscheinlich nicht einmal hypothetische Handlungsweisen für den Fall des Falles zu existieren scheinen. Vor allem aber kann diese Behauptung nicht so recht überzeugen, da ausgerechnet zwei Beispiele für dysfunktionale Medienbilder (nämlich die Bildmanipulation, die Flüchtlinge in einem Straßenzug im Krisengebiet zeigt⁶⁶⁷ sowie das falsch kontextualisierte Bild der getöteten Hundemutter)⁶⁶⁸ eben ausgerechnet aus der *Kronen Zeitung* stammen. Ob es sich hier bloß um Zufall handelt, kann genauso wenig beantwortet werden wie auch kein Vorsatz unterstellt werden soll. Aus diesem Grund kann keine fundierte Aussage zum tatsächlichen Vorgehen der *Kronen Zeitung* im Falle einer fehlerhaften Berichterstattung getroffen werden.

12.6.3 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass den befragten Medien offenbar kaum Fehler im Hinblick auf manipulierte Amateuraufnahmen unterlaufen, was den hohen qualitativen Anspruch der Tageszeitungen zu bestätigen scheint. Grundsätzlich versuchen Qualitätszeitungen, etwaige Berichterstattungsfehler wenn möglich von vorne herein zu vermeiden, was sich auch speziell für Bilder konstatieren lässt. Kommt es dennoch zu einer unrichtigen Darstellung, sind die befragten Medien bemüht, dies für den Leser transparent zu machen und gegebenenfalls auch zu entschuldigen. Eine Richtigstellung erfolgt grundsätzlich in demselben Ressort und Kontext und variiert an sich nur leicht – je nachdem, ob es sich um das Druck- oder Online-Medium sowie Einzel- oder bewegte Bilder in Form eines Videos handelt. Im Print-Bereich gilt etwa das „Erratum-Prinzip“; Fehler werden entweder gesammelt richtig gestellt oder es wird ein neuer Beitrag mit einer Klarstellung gebracht. Online kann eine Korrektur entweder direkt beim Artikel erfolgen oder es kann eine neue Geschichte gebracht werden, in der der Inhalt berichtigt wird. Im digitalen Medium ist ergänzend zur Richtigstellung auf der eigenen Website häufig auch eine Stellungnahme in den Sozialen Netzwerken erforderlich. Wenn es sich um einen Videobeitrag handelt, wird dieser in der Regel von der Seite heruntergenommen. Zudem kann die Geschichte mit einem Off-Text oder

⁶⁶⁷ Vgl. Abbildung 9 sowie Kapitel 6.2.4 der vorliegenden Magisterarbeit.

⁶⁶⁸ Vgl. Abbildung 17 sowie Kapitel 10.2 der vorliegenden Magisterarbeit.

dem Kommentar eines Redakteurs klargestellt werden. Auch wenn die befragten Medien große Anstrengungen an den Tag legen, um Fehler zu vermeiden, sind diese nicht ausgeschlossen – vor allem, weil Fälschungen mittlerweile nicht nur sehr leicht herzustellen, sondern in der großen Menge an einlangendem Bildmaterial zudem kaum zu erkennen sind, weil sie zum Teil frappierend echt aussehen. Darüber hinaus werden Manipulationen mitunter überhaupt erst bemerkt, wenn das Medium geklagt wird. Eine unbestimmbare Dunkelziffer von nicht-authentischen Bildern, die möglicherweise unbemerkt in die Berichterstattung „rutschen“, bleibt bestehen. Auch wenn die Anzahl vermutlich nicht all zu groß sein wird und durch die meisten dieser unwissentlich im Vorfeld bearbeiteten Amateuraufnahmen wohl auch kein erheblicher Schaden verursacht wird, scheint damit in gewisser Weise die Seriosität und Glaubwürdigkeit der Medien untergraben zu werden. Denn so sehr sich die befragten Redakteure um Sorgfalt bemühen, so gibt es dennoch keine Garantie. Somit bleibt bei der Verwendung von Amateuraufnahmen in der tagesaktuellen Berichterstattung immer ein bestimmtes Restrisiko, das Medien durch die Absicherung mittels schriftlicher Bestätigungen lediglich minimieren können.

12.7 Mögliche Auswirkungen auf Qualität und Profession

Am Ende der jeweiligen Interviews wurden die Befragten noch um zwei persönliche Einschätzungen im Hinblick auf die möglichen Folgen der Verwendung von Amateuraufnahmen in der Berichterstattung gebeten. Zum einen wurden sie ersucht, einzuschätzen, inwiefern sich dieser Trend möglicherweise auf die Qualität des journalistischen Produktes auswirken könnte. Zum anderen wurden sie gefragt, ob die Profession des Pressefotografen durch Amateurfotografen ihrer Meinung nach gefährdet sei. Diese Beurteilungen werden zum Abschluss gegenübergestellt.

12.7.1 Qualitätsverlust durch Amateurfotografien?

Nach Meinung der befragten Redakteure wirkt sich die Verwendung von Amateuraufnahmen nicht grundsätzlich negativ auf die Qualität des journalistischen Produktes aus, solange Medien weltweit auch in Zukunft ihre geltenden Qualitätsansprüche verfolgen. So ist der Fotoredakteur des *Standards* der Überzeugung,

es muss sich nicht auf die journalistische Qualität auswirken, solange es noch Medien gibt, die [...] ihren Qualitätsanspruch haben und den auch weiterhin verteidigen wollen. Und da sind wir ja nicht die einzigen, die gibt es ja rund um die Welt auch noch. Und ich glaube, dass die Praktiken, wie man versucht, diese Qualitätskriterien zu erhalten oder die Ansätze dazu auch weitgehend gleich oder vergleichbar sind. (A1)

Dementsprechend ist auch der Videoredakteur des Kuriers der Meinung, dass sich die Verwendung von Amateuraufnahmen nicht auf Qualität *auswirkt*, denn: „Selbst wenn die Aufnahmen amateurhaft sind, kann man den Text immer noch professionell schreiben und so gestalten, dass es seriös ist.“ (A2) Auch der stellvertretende Chefredakteur des Online-*Standards*, Rainer Schüller sieht hier keine Gefahr für die Qualität eines Mediums, sondern mit Bedacht eingesetzt sogar eine potenzielle Steigerung der Qualität. Demnach glaubt er nicht, dass sich Amateuraufnahmen, wenn sorgfältig mit ihnen umgegangen wird, bei Qualitätsmedien negativ auswirken, „[w]eil Qualitätsmedien sozusagen Methoden entwickeln, um die Fotos zu verwenden, die dem Qualitätsprodukt sozusagen zusätzliche Qualität oder die gleiche Qualität liefern.“ (RS) Qualitätsmedien haben also offenbar Strategien entwickelt, Amateuraufnahmen nur dann einzusetzen, wenn sie einen Mehrwert liefern und so auch ihre journalistischen Standards zu halten. Neben einer kritischen Grundhaltung und einer genauen Prüfung gelingt dies beispielsweise durch das Zurückgreifen auf Tools wie das oben beschriebene „Storyfull“, die hinsichtlich der fehlenden Transparenz bei so manchen Amateuraufnahmen Abhilfe schaffen können. Schüller meint dementsprechend dazu, dass

die fehlende Transparenz [...] schon ein Problem [ist], damit muss man sich auseinandersetzen. Da muss man Tools entwickeln, man muss sehr genau jedes Foto hinterfragen. Mittlerweile gibt es so Dinge wie „Storyfull“, die sich drum kümmern, diese Transparenz zu beschaffen. Ich glaube, dass das – es wird zwar schwieriger, je mehr Fotos es gibt, aber es wird, glaube ich, nicht schlechter, sondern eher spannender, weil man mehr von dem Mosaik der Geschehnisse weltweit kriegt, man hat mehr Steinchen und man hat mehr Auswahl durch die vielen Fotos, die gemacht werden. (RS)

So gelingt es Qualitätsmedien nicht nur mit – oder trotz – Amateuraufnahmen weiterhin ihren eigenen Qualitätsansprüchen zu genügen, sondern noch mehr: Richtig eingesetzt verleihen Amateuraufnahmen durch die weiter oben aufgelisteten Vorteile dem Journalismus sogar einen (qualitativen) Zusatzwert, wie ja bereits im Kontext der Vorteile angesprochen wurde. So meint etwa auch der *Kurier*-Videoredakteur: „Es ist ein-

fach nur ein Mittel zum Zweck. Es ist ein Mehrwert zu einem Artikel. Das ist alles.“ (A2)

Die Integration von Amateuraufnahmen in die Berichterstattung wird – etwa auch von *Presse*-Redakteur Peter Huber – eher als eine Art Erweiterung des „klassischen“ Journalismus angesehen: „Ich sehe nicht, dass es darunter leidet, [ich sehe] es eher als eine Erweiterung[,] [um] [...] Ereignisse authentischer [zu] vermitteln [...]. Der APA-Fotograf kann halt nicht überall dabei sein und dann habe ich aber doch die Möglichkeit, was darzustellen [...], was ich sonst nicht könnte.“ (PH)

Durch Amateuraufnahmen wird außerdem eine besondere Form der Authentizität vermittelt, da sie in ganz besonderem Maße „wahrhaftig“ sind: „Ich glaube, es vermittelt teilweise eben mehr Authentizität. [...] Na ja, in dem Fall macht es letztlich sogar wahrhaftiger, weil es greifbarer ist und besser verstehbar. Was ja auch eigentlich ein journalistischer Grundsatz ist, dass man es möglichst verständlich und greifbar macht. Also so gesehen ist es eher eine Bereicherung [...]“. (PH)

Dennoch glaubt Huber, dass Qualitätsmedien Amateuraufnahmen auch in Zukunft trotzdem nur sparsam verwenden werden: „die klassischen Medien werden [Amateuraufnahmen] weiterhin relativ wenig verwenden, [...] nicht vermehrt.“ (PH)

Was im Hinblick auf die journalistische Qualität auch erwähnt werden muss ist, dass es bei der „Qualität“ eines Fotos – wie oben angesprochen – auch gar nicht mehr unbedingt so sehr um die *optische Qualität* oder *technische Fotoparameter* geht, sondern eben vielmehr um den Bildinhalt, wie Schüller festhält:

[B]ei Qualität geht es aber, glaube ich, nicht, [...]um die optische Top-Fotoqualität, sondern um den Inhalt des Fotos. Ich glaube auch, dass auch die optische Qualität immer besser wird, [denn] mit jedem Mini-Handy kann man schon [...] tolle Fotos machen. Da gibt es, glaube ich, auch keine Abstriche. Es gibt halt schlechtere Winkel oder so aber von der Pixelgröße und so ist ja jetzt alles schon in Top-Qualität. (RS)

So gesehen lässt sich noch einmal festhalten, dass Amateuraufnahmen mittlerweile zum Teil auch technisch sehr gut gemacht sind und von der Qualität in dieser Hinsicht kaum bzw. gar nicht von professionellen Aufnahmen zu unterscheiden sind. Dies hängt wohl vor allem auch damit zusammen, dass Amateure heute ganz andere technische Möglichkeiten und zum Teil auch sehr gutes Equipment haben, wie die Fotoredakteurin des *Kuriers* konstatiert: „Amateure haben heute ganz andere Möglichkeiten.“ (DH)

So meint auch der *Standard*-Fotoredakteur über Smartphones: „Die sind technisch natürlich auch schon viel, viel weiter als vor 5 Jahren [...] [u]nd man kann [zumindest bei] vernünftigen Lichtverhältnissen [...] schon anständige Bilder machen.“ (A1) Zum Teil können diese sogar für die Berichterstattung im Print-Medium verwendet werden, wo ja prinzipiell eine hohe Bildqualität nötig ist, weil sich diese durch den Druck auf das Papier der Tageszeitungen wie oben erklärt, ja noch einmal zusätzlich verschlechtert:

es gibt natürlich auch Handysfotos, die bei uns schon gedruckt wurden. Und es gibt Handysfotos von Profis und gelegentlich greifen auch die Profis zum Handy, wenn es sich gerade ergibt oder wenn gerade kein anderes Gerät bei der Hand ist, dann kann das schon sein, dass das auch durchaus mit solchen Mitteln aufgenommen wird, das Foto, das dann online oder unter Umständen dann auch im Print erscheint. (A1)

Dennoch hat die Digitalisierung nach Einschätzung der Befragten einen großen Umbruch mit sich gebracht, weil nun eben alles irgendwo im Netz zu finden sei. Deshalb sei auch der Medienkonsum komplexer geworden:

Es gibt natürlich einen Umbruch durch die Digitalisierung und das Internet, der wahrscheinlich von vielen Medien-Konsumenten gar nicht so deutlich wahrgenommen wird, weil eben alles im Netz ist und weil [...] auch nur bewusste User [...] den Unterschied wahrnehmen werden. Darum wäre es wahrscheinlich wirklich nötig, so was in irgendeiner Form in Lehrpläne einzubringen. Medienkonsum ist schwieriger geworden, ist verwirrender geworden und die Qualität vom Ramsch zu unterscheiden ist nicht so selbstverständlich. (A1)

Zahlreiche Inhalte werden auch ganz gezielt von bestimmten Organisationen gestreut – und auch wenn es sich dabei nicht unbedingt um ein neuartiges Phänomen handelt, so hat es durch das Internet und die Digitalisierung wohl eine neuartige Dimension erfahren:

Und nicht nur das, es gibt ja mittlerweile auch Organisationen, politische Organisationen, die sogar ziemlich professionell ihre Medienarbeit über die verschiedenen Kanäle betreiben und ja, die diese Gefahren natürlich noch verstärken. Das ist dann auch nicht so eindeutig immer festzustellen für den User: Ist das jetzt Propaganda-Material oder kommt das aus einer seriösen Quelle? Das ist etwas, was uns auch ein wenig betrifft, weil natürlich vieles, was als Bildmaterial heute kursiert in Wahrheit von Organisationen gestreut wird oder über diverse Kanäle verteilt wird. Schlagwort IS, die machen das ja sehr bewusst und sehr direkt. Und da ist es meistens deutlich nachvollziehbar wo es

herkommt, aber natürlich gibt es auch Organisationen, die das dann subtiler machen und da wird es dann auch für seriöse Medien eine Herausforderung, diese Dinge zu identifizieren. (A1)

Schon für Redakteure erweist sich die Einschätzung von Bildmaterial rund um den Globus zum Teil als extrem schwierig – und dies fällt Lesern häufig noch schwerer. Diese Entwicklung verkompliziert also Medienkonsum, weshalb auch Rezipienten dahingehend geschult werden sollten und ein Bewusstsein dafür geschaffen werden sollte. Was daneben auch noch eine Rolle spielt, ist der erzieherische Auftrag der Medien, der von dem befragten Fotograf eingebracht wird – und hier wird eben doch auch wieder die Qualität von Bildern zum Thema gemacht:

Was die Zeitungen oft vergessen: Sie haben einen irrsinnigen erzieherischen Auftrag, erstens einmal was die Tonalität der Texte betrifft und was die Qualität der Bilder betrifft. Die Leute gewöhnen sich ja an das schlechte Bild. Das ist es ja. Die gewöhnen sich an diesen Schmus der da oft in den Zeitungen drinnen ist und denken sich: 'Ok, Zeitungsfotografie ist hochwertig und deshalb ist das ein qualitativ hochwertiges Bild.' Und das stimmt aber nicht. Das ist ein kompletter Nonsens. Nur, weil es in der Zeitung drin ist, heißt das noch lange nicht, dass es ein gutes Bild ist. (CF)

Für den befragten Fotografen der *Presse* macht die Verwendung von Amateuraufnahmen in der Berichterstattung „[a]uf jeden Fall“ (CF) einen qualitativen Unterschied. Demnach komme man bei einem gewissen Qualitätsanspruch – den die befragten Medien ja vertreten – um professionelle Fotografien nicht herum:

Wenn man eine Liebe zu einem guten Bild hat, dann kommt man [...] um gute Profifotografen nicht herum. [...] [W]enn man ein bisschen einen Qualitätsanspruch hat, dann braucht man Fotografen, die mit einer Kamera umgehen können, die auch ein bisschen über das rein informative fotografieren hinaus gehen und auch ein bisschen in Richtung Stimmung – ich sage jetzt einmal bewusst – in Richtung Kunst gehen, damit das ein schönes Bild ist [...]. (CF)

Der eigene Anspruch, gute und schöne Bilder zu produzieren, ist in jedem Fall ungebrochen, wie etwa der Videoredakteur des *Kuriers* anmerkt: „Also ich versuche trotzdem, alles was ich selber drehe möglichst in bester Qualität hinzubekommen. Ich benütze auch mein Privat-Equipment teilweise, um das ein bisschen schöner zu gestalten.“

ten. Aber ich hoffe, dass es in anderen Redaktionen auch mehrere Leute gibt, die auf die Bildqualität schauen.“(A2)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Qualität und Professionalität als ihre notwendige Bedingung auch weiterhin Ansprüche sind, die für die befragten Medien Gültigkeit besitzen und die mit Engagement verfolgt werden – auch oder gerade dann, wenn Amateuraufnahmen in die Berichterstattung einfließen. Dies muss sich nicht zwangsläufig negativ auf die Qualität auswirken, sofern diese Fotos mit Bedacht verwendet werden, wenn sie einen Mehrwert für das journalistische Produkt liefern.

12.7.2 Aussterbende Zunft Pressefotograf?

Die Antwort auf Frage, wie sich der Vormarsch von Amateurfotografen auf den Berufsstand professioneller Pressefotografen auswirken könnte, fällt zwiegespalten aus. Einerseits werden Amateurfotografen durchaus als Konkurrenz zu professionellen Fotografen eingestuft, weil die Qualität des Bildes mittlerweile offenbar einen anderen Stellenwert einzunehmen scheint bzw. andere Kriterien für die Verwendung eines Fotos entscheidend zu sein scheinen. Nach Meinung des befragten *Kurier*-Videoredakteurs gefährde die vermehrte Verwendung von Amateuraufnahmen „auf jeden Fall die Professionalität.“ (A2) Er begründet dies aus seiner eigenen Erfahrung und Biografie heraus:

Ich habe ja selber eigentlich im Grunde war mein Studium eigentlich „Kamera und Schnitt“ schwerpunktmäßig. Und dann habe ich hier angefangen und hab dann nach einer Zeit festgestellt: Es geht um den Inhalt und es geht um Schnelligkeit und ob das Bild jetzt perfekt ist oder nicht, das ist nebensächlich. Auch die ganzen VJs zum Beispiel, die einfach alles selber machen, komplett. Das ist auch nicht unbedingt die beste Qualität, aber es ist für die meisten halt billiger, sich irgendwelche Studenten zu organisieren, die alles machen für wenig Geld. [...] Also, einer der fotografiert, egal wie er es macht, alles schneidet und entwickelt und dann auch noch alles schreibt. (A2)

Die professionelle Pressefotografie scheint zum einen also dadurch gefährdet zu sein, dass es eben nicht mehr so sehr auf die eigentliche Qualität eines Bildes ankommt, sondern vielmehr auf Schnelligkeit. Außerdem wird offenbar verstärkt die Bündelung von Kompetenzen gefordert; nicht Spezialfertigkeiten, sondern Allrounder scheinen

zunehmend gefragt zu sein – was wohl auch mit dem allgemein knapperen Budget der Medienhäuser zusammenhängen mag. So meint Rainer Schüller vom *Standard* in diesem Zusammenhang: „Na ich glaube, [...] das Problem, dass die Redaktionen immer kleiner werden, ist leider nicht nur auf die Fotoredaktionen beschränkt. Das ist grundsätzlich eine Medienkrise, wenn man es so bezeichnen will.“ (RS) Diese Einschätzung teilt auch Peter Huber von der *Presse*, der ein umfassendes Problem des Journalismus identifiziert, das Fotografen wie Redakteure offenbar gleichermaßen zu treffen scheint: Sowohl bei den

Fotograf[en] als auch Redakteur[en] wurde aus Budget-Gründen ja in den letzten Jahren auch alles immer dünner und dünner. Das trifft halt beide gleich. Aber das ist das Grundproblem des Journalismus im Moment, weil die ganzen Geschäftsmodelle einfach immer schlechter funktionieren[,] [...] [was eben] oft mit Personalabbau begriffen [ist] und deswegen trifft es halt die Fotografen genauso wie die normalen Redakteure [...]. Also es wird sicher auf allen Ebenen schwer. (PH)

Ein Aspekt, der hier allerdings nicht unerwähnt bleiben darf, ist die Tatsache, dass es im breiten Spektrum der Amateuraufnahmen eben *solche* und *solche* gibt: Zum Teil handelt es sich zwar um laienhafte Schnappschüsse, viele Amateurfotografien stehen professionellen Bildern aber mittlerweile in nichts nach. Wie Dragana Heiermann konstatiert, müsse man sich bei „Amateure[n], die ein gutes Equipment haben, [...] manchmal bemühen, um den Unterschied“ (DH) zu erkennen. „[O]ft gibt es auch keinen Unterschied zu Profis, die das tagtäglich machen“, (DH) so die *Kurier*-Fotoredakteurin. Wenn aber etwa Vergleichbares von einem professionellen Fotografen verfügbar ist, sei es laut ihr nicht nur aufgrund der rechtlichen Absicherung richtig und wichtig, das Bild des Profis nehmen, denn „ich habe einen Fotografenstand. Es gibt einen Berufsstand. Und mir ist das – das sehe ich auch in meiner Verantwortung – [...] sehr wohl wichtig [...] diesen Berufsstand auch am Leben zu erhalten.“ (DH) Diese Verantwortung bedeutet für die Fotoredakteurin also schlussendlich:

[W]enn ich etwas Vergleichbares eines Kollegen habe, der davon lebt und davon seinen Lebensunterhalt bestreitet, dann werde ich [...] das von diesem Kollegen nehmen [...]. Das ist ein Berufsstand und ich will diesen Berufsstand nicht *killen*. Da leben Menschen davon, die ihr Equipment tagtäglich benutzen. So ein Equipment kostet rund 10.000 Euro, der Verschleiß ist ein großer. [...] Wie gesagt: Wenn ich etwas sehe, das ich so nie ge-

sehen habe, dann überlege ich nicht. Das ist meine journalistische Pflicht das zu nehmen. Und das tue ich dann auch, ohne Wenn und Aber. [...] Aber nur, wenn es einen Mehrwert für den Leser hat.“ (DH)

Demnach sieht sie in Hobbyfotografen durchaus eine gewisse Gefahr für professionelle Fotografen. Doch selbst wenn diese Laien zum Teil sehr gute Bilder produzieren, müsse ein Unterschied zu jenen gemacht werden, die von der Fotografie leben und diese als Beruf ausüben: „Aber es muss einen Unterschied geben. Gerade in der Pressefotografie finde ich es wahnsinnig wichtig.“ (DH) Denn nur weil jeder kochen kann, macht dies noch lange nicht jeden zu einem Koch – und genauso wenig macht die Fähigkeit, fotografieren zu können, einen jeden tatsächlich zum Fotografen, wie die Fotoredakteurin weiter ausführt:

Wenn man heute den Fernseher aufdreht gibt es Kochkurse, Kochshows und wir können alle kochen. Wir können auch alle fotografieren. Das Equipment erlaubt es uns heute, fantastische Fotos zu machen. Da brauche ich nicht einmal ein besonders großes Talent dazu. Eine Einstellung und ich kann mich durchschummeln und ich habe *Wow*-Fotos, die ich herzeige. Nur ich bin kein Sternekoch, nur, weil ich mir 38 Kochkurse [angesehen habe] [...] kann [ich noch lange] nicht das Fabios führen. Das wäre anmaßend. (DH)

Auch der Fotograf der *Presse* nennt dieses Beispiel: „[N]icht jeder, der kochen kann, ist auch ein Koch.“ (CF) Das analoge Fazit für die Fotografie bringt die Fotoredakteurin des Kuriers auf den Punkt: „Dazu braucht es ein bisschen mehr.“ (DH) Einige Redakteure weisen zudem darauf hin, dass an sich schon seit längerem davon gesprochen werde, dass diese Zunft gefährdet sei – nach Einschätzung des *Standard*-Fotoredakteurs heute aber nicht mehr als früher:

[E]s gibt irgendwie schon länger, ob das nicht eine aussterbende Zunft sei. [...] Ich denke, dass die professionelle Pressefotografie natürlich noch ihre Berechtigung hat und dass sie natürlich auch noch nachgefragt wird. Klar, ich habe eine etwas gefärbte Sicht, weil wir und im Speziellen natürlich ein Fotoredakteur auch sehr abhängt von wirklich gut gemachten professionellen Bildern. Ich glaube nicht, dass [...] in den nächsten Jahren diese Spezies wirklich vom Aussterben bedroht ist. [...] Das Bedürfnis nach verifizierbaren Informationen und nach Qualitätsjournalismus – und das ist halt auch Qualitätspressefotografie – das ist schon [...] da. Es wird wahrscheinlich eine Nischen-Existenz führen, aber ok. (A1)

Auch wenn diese also wohl weiterhin nur eine Nische einnehmen wird, sieht der befragte Redakteur auch zukünftig die Nachfrage nach verifizierten Informationen und auch qualitativ hochwertigen, professionellen Bildern gegeben. Auch nach Einschätzung von Rainer Schüller werden sowohl Fotoredaktionen als auch gute Fotografen nichts von ihrer Bedeutung verlieren:

Ich glaube aber, dass eine Fotoredaktion nach wie vor sehr wichtig ist. Weil, wenn man davon ausgeht, dass sich vieles vom Print ins Digitale bewegt und im Digitalen das Bild so ein wichtiger Faktor ist [...]. Da gibt es die Faktoren des Titels, des Untertitels und des Bildes. Und wenn dieses Bild gut ist und zum Reinklicken verleitet, dann gewinnt man als Medium dadurch. Und [...] es muss, glaube ich, in der Redaktion Experten geben, die wissen was ein gutes Foto ist und was ein schlechtes Foto ist. Und die auch gute Fotos machen können[...]. (RS)

Hier spielt also auch die Verschiebung vom Print- in den Online-Bereich eine Rolle, da das Bild im digitalen Medium einen noch höheren Stellenwert in der Berichterstattung einnimmt als dies in der gedruckten Tageszeitung der Fall ist. Es wertet den Beitrag grundsätzlich auf und verleitet außerdem zum Lesen des Artikels. Dennoch wird die Zukunft wohl weitere Veränderungen mit sich bringen – vor allem dahingehend, dass neue Kompetenzen erforderlich sein werden – was der professionellen Fotografie nach Meinung Rainer Schüllers allerdings keinen Abbruch tun werde:

Es gibt neue Möglichkeiten, es gibt neue Dinge, die man lernen muss. Eben wie checke ich die Quelle jetzt auf Twitter. Das wird wahrscheinlich für die Fotoredaktionen wichtiger werden. [Das] Video wird [...] für Fotografen wahrscheinlich [auch] wichtiger werden [...]. Das passiert aktuell bei uns schon, dass die [...] Fotograf[en] sich sehr viel mehr mit Video beschäftig[en]. Ich glaube, es wird sich was ändern, aber grundsätzlich halte ich die professionelle Fotografie nach wie vor für sehr wichtig. (RS)

Im *Boulevardjournalismus* herrsche nach Einschätzung der befragten Redakteure allerdings möglicherweise eine größere Gefahr für Berufsfotografen, weil die Fülle von zusätzlichen Amateuraufnahmen hier eher als Konkurrenz zu den Bildern professioneller Fotografen angesehen werden kann. So schätzt Peter Huber, es sei für den Einzelnen bei „irgendein[em] Boulevardmedium [...] vielleicht [...] immer schwerer, wenn du als fixer Fotograf tätig bist. Weil halt immer mehr Material kommt, das wahrscheinlich auch anders geliefert wird. Ich glaube, das ist [...]eine Herausforderung für die Fotogra-

fen letztlich.“ (PH) Der Vermutung, dass die Profession des Pressefotografen im Boulevard eher gefährdet sei, widerspricht allerdings Lokalredakteur Gregor Brandl. Trotz der Entwicklungen der letzten zehn Jahre habe die *Kronen Zeitung* die Anzahl ihrer eigenen professionellen Fotografen nicht reduziert: „Also, wir haben die Zahl unserer Fotografen nicht verändert [...].“ (GB) Auch für die Lokalberichterstattung in der *Krone* fungieren Amateuraufnahmen allgemein und Leserreporterfotos im Speziellen also eher als sinnvoller Zusatz und nicht als Ersatz für professionelle Fotografien. So betont er abschließend: „[W]ir haben unser Fotografen-Team [und] [...] das hat sich jetzt auch nicht verändert. Die Zeitung lebt ja in erster Linie doch von schönen Bildern [...]. Und da brauchen wir professionelle Fotografen.“ (GB) Vielmehr scheinen diese beiden Formen der Fotografie zu koexistieren und einander zu ergänzen. So meint Brandl dazu: „Es sind definitiv zwei Paar Schuhe.“ (GB) Die professionelle Pressefotografie hat also offenbar weiterhin nicht nur eine Daseinsberechtigung, sondern wird auch in Zukunft als notwendige Basis erachtet, die durch richtig eingesetzte Amateuraufnahmen wohl noch bereichert werden kann.

13. Gesamtresümee

Manche Bilder sind so stark, dass sie Worte buchstäblich unter sich begraben können. So etwa die Fotografien aus Abu Ghraib, die zum ikonografischen Symbol für Machtmissbrauch und Folter wurden. Das Besondere an diesen Fotos: Es handelte sich um Schnappschüsse aus privaten Digitalkameras, ohne die niemals ans Licht gekommen wäre, was sich hinter den Gefängnismauern abgespielt hatte. Im Zeitalter von Internet, Smartphone und digitaler Bildbearbeitung sowie einem beobachtbaren Trend hin zu immer mehr Amateuraufnahmen als Teil der medialen Berichterstattung, scheint diese Thematik heute – rund ein Jahrzehnt nach dem Skandal – brisanter denn je.

Das Bild nimmt gegenüber dem geschriebenen Wort schon immer eine Sonderrolle ein und auch in der heutigen Zeit hat es nichts von seiner Macht verloren. Gerade der Fotografie, die als die mimetischste der Künste gilt, wird eine exakte Abbildfunktion und außerordentliche Beweiskraft attestiert. Dies trifft umso mehr auf Amateuraufnahmen zu, denen durch ihre Laienhaftigkeit oftmals ein Charakter des krud Entlarvenden anhaftet. Diese zugesprochene Authentizität erweist sich allerdings all zu oft mehr als Schein denn als Sein. Auch wenn das Pressefoto einen besonderen Echtheitsanspruch vertritt, kann ein Bild trotzdem immer nur einen Ausschnitt der Wirklichkeit zeigen – genauso, wie die journalistische Darstellung stets nur bis zu einem gewissen Grad objektiv sein kann. Im Zeitalter digitaler Bildmanipulation gerät die Sicherheit des Bildbetrachters, ob sich das, was auf einer Aufnahme zu sehen ist, auch tatsächlich so zuge tragen hat, zusätzlich ins Schwimmen.

Im Bildjournalismus, der als Subsystem des Journalismus identifiziert werden kann, zeigt sich Authentizität als das fotojournalistische Pendant zum Objektivitätsanspruch des Informationsjournalismus. Der Bildjournalist vertritt dabei ein verwandtes Rollenverständnis und nimmt ähnliche Funktionen wie die Kollegen der schreibenden Zunft ein. Seine Aufgabe ist es, mit visuellen Mitteln zu informieren. Dafür stehen ihm verschiedene fotojournalistische Darstellungsformen zur Verfügung, die von der Infografik und Karikatur über (fotografische) Einzelbilder bis hin zu Bildreportagen und Filmen reichen. In Redaktionen sind Bild- bzw. Fotoredakteure primär für die Bildauswahl ver-

antwortlich. Bei der Frage, welches Foto in der Berichterstattung verwendet wird, spielen unterschiedliche Selektionsroutinen sowie die Bildkompetenz einzelner Mitarbeiter eine Rolle. Der Fotoredakteur nimmt innerhalb der Redaktionen grundsätzlich eine Art Schleusenwärter-Funktion ein. Daneben kommen auch bestimmte inhaltliche, nachrichtenrelevante Faktoren zum Tragen. *Visualisierung* kann hier mittlerweile als eigenständiger Nachrichtenwert identifiziert werden. Mitunter ist sogar ein Bild allein eine Nachricht.

Als ein mediales Gestaltungsmittel können Bilder sowohl informieren, symbolisieren, einen Text organisieren und interpretieren als auch Sachverhalte dokumentieren und veranschaulichen oder auch einfach einen dekorativen Zweck erfüllen. Ihren rein illustrativen Status haben sie mittlerweile allerdings schon lange abgestreift. Neben diesen Funktionen können Medienbilder aber auch *dysfunktionale* Eigenschaften besitzen, wenn sie etwa den Sehkonventionen der Bildbetrachter widersprechen oder wenn entweder bereits bei der Entstehung oder bei der medialen Präsentation der Bilder ein Täuschungsvorsatz besteht. Hier spricht man von *Manipulationen*, von denen vier verschiedene Hauptgruppen unterschieden werden: 1. Eingriffe in die Umwelt – also Rekonstruktionen oder Inszenierungen, 2. irreführende Kontextualisierung – etwa durch falsche, suggestive oder mehrdeutige Bildbeschriftungen sowie Behelfs- oder Symbolbilder, 3. die Erzeugung virtueller Welten – sofern diese als „echt“ suggeriert werden und 4. Veränderungen am Bildinhalt – beispielsweise im Falle von Fotomontagen.

Auch wenn Bildmanipulationen an sich nichts Neues sind, haben sich diese durch die Innovation der Digitaltechnik aber stark vereinfacht. Bilder können nun nicht nur leichter produziert, vervielfältigt und weltweit verbreitet werden, sondern auch mittels digitaler Bildbearbeitungssoftware ohne vorherigen Abzug bearbeitet werden, sodass häufig auch überhaupt kein Original mehr existiert. Gut gemachte Bildmanipulationen sind dadurch nicht nur leicht herzustellen, sondern zugleich selbst für ein geübtes Auge extrem schwer zu erkennen. Auch Inszenierungen fallen in diesen Bereich, was zunehmend die Bildproduzenten selbst in den Fokus des Misstrauens rückt. Durch die Kluft zwischen den schier unbegrenzten Möglichkeiten der Bildmanipulation auf der einen und den qualitativen Ansprüchen eines professionellen Informationsjournalis-

mus auf der anderen Seite, gerät scheinbar die journalistische Glaubwürdigkeit zunehmend in Gefahr.

Verstärkt wird dies durch die relativ junge Entwicklung im Bildjournalismus, dass zunehmend Amateurfotografen als Bildlieferanten auftreten. Auch Formen der Leserpartizipation sind im Grunde kein neuartiges Phänomen – genauso, wie auch schon in der Dunkelkammer Möglichkeiten zur Bildbearbeitung gegeben waren. Doch haben auch hier das Internet und die Digitalisierung einen einschneidenden Umbruch mit sich gebracht. Eine neue Art der journalistischen Partizipation ist entstanden, weil Bürgerjournalisten durch das Internet nun mehr oder weniger dieselben Möglichkeiten und Distributionskanäle zur Verfügung stehen wie professionellen Redakteuren. Sowohl die handwerkliche Vereinfachung und Automatisierung der Fotografie als auch die Tatsache, dass innerhalb kürzester Zeit eine Unmenge von Bildern produziert, diese einfach bearbeitet und mit einem einzigen Mausklick ohne Zeitverlust 1:1 kopiert und verbreitet werden können, führt dazu, dass mediale Inhalte – und damit auch Bilder – immer öfter von Usern bzw. Laien produziert werden. Der stetig wachsende ökonomische Druck innerhalb der Medienlandschaft scheint den Weg der Amateure zusätzlich zu ebnen. Diese treten auch in Form der so genannten *Leserreporter* in Erscheinung, durch die offenbar eine flächendeckende Dokumentation der Wirklichkeit ermöglicht wird.

Der grundsätzlichen Aufwertung der Pressefotografie durch die Möglichkeit einer viel genaueren Beobachtung der Wirklichkeit und dem allgemeinen Trend zu einer stärkeren Visualisierung, steht die Standardisierung und Beliebigkeit des Bilderproduzierens sowie der Werteverfall des Produktes durch die massenhafte Verbreitung der Fotografie gegenüber. Damit deutet sich gleichzeitig eine zunehmende Deprofessionalisierung des Fotojournalismus an. *Professionalität* ist aber gerade eine notwendige Bedingung für einen Journalismus, der qualitativ hohen Ansprüchen genügen möchte. Von allen Qualitätsdimensionen ist sie unentbehrliche Voraussetzung für Objektivität, die dann wiederum durch Ausgewogenheit, Neutralität, Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit zustande kommt. Geben Journalisten das Foto als mediales Gestaltungsmittel zusehends in die Hände von Laien, scheint die Qualität nicht nur durch die oben be-

schriebenen Möglichkeiten der Manipulation in Gefahr, sondern auch dadurch, dass Amateure nicht unbedingt nach journalistischen und ethischen Normen handeln. Inwiefern auch Laien ihrer Arbeit publizistische Grundsätze zugrunde legen und welche Herstellungsbedingungen und Wirkabsichten hinter einem Bild stehen, sind realistisch betrachtet kaum festzustellen. Transparenz hinsichtlich der eigenen Arbeitsbedingungen und im Hinblick auf den Umgang mit solchen Amateuraufnahmen scheint deshalb das Gebot der Stunde zu sein.

Die den Experteninterviews vorangestellte Recherche hat einige wenige Fälle von zweifelhaften Amateuraufnahmen zutage gefördert, die in der österreichischen Medienlandschaft diskutiert wurden. Allerdings handelt es sich hier um Ausnahmefälle, was den Schluss nahe legt, dass das Qualitätsmanagement der untersuchten Tageszeitungen gut zu funktionieren scheint. Wie viele nicht-authentische Amateurfotografien allerdings *unbemerkt* am wachen Auge der Redakteure vorbeihuschen, bleibt weiterhin fraglich, sofern diese „schwarzen Schafe“ auch nicht von Lesern entdeckt und angeprangert werden. Ein grundlegend zurückhaltender und sorgfältiger Umgang mit diesem Bildmaterial ist aus diesem Grund stets angebracht.

Nach Angabe der befragten Redakteure liegen die Vorteile von Amateuraufnahmen vor allem in der flächendeckenden Dokumentation der Wirklichkeit, da professionelle Pressefotografen und Redakteure nicht überall sein können. Durch Laien ist die Welt sowohl im Kleinen als auch im Großen genauer beobachtbar geworden, worin ein journalistischer Mehrwert identifiziert werden kann. Die Möglichkeit, Ereignisse visualisieren zu können, für die es vorher keinen Bildbeleg gegeben hätte, sowie die schnelle Verfügbarkeit und Wahrhaftigkeit der Aufnahmen, stellen weitere Pluspunkte dar. Nachteile ergeben sich für Journalisten vor allem durch die unsichere Rechtslage, Schwierigkeiten bei der Bestimmung des Urhebers sowie die Frage des Honorars. Auch die technische Qualität spielt mitunter eine Rolle – insbesondere, wenn es sich um die gedruckte Tageszeitung handelt, für die andere Parameter gelten als im Online-Medium. Ein großes Problem ist die Flut des verfügbaren und angebotenen Materials, das einen enormen Rechercheaufwand produziert, der kaum noch zu bewältigen ist. Aus diesen Gründen greifen die befragten Medien, wenn möglich, generell lieber auf

eigenes oder zumindest Agenturmaterial zurück. Im Boulevard, der einen grundlegend abweichenden Zugang zu Amateuraufnahmen an den Tag legt, nehmen diese in Form von „Leserreporterfotos“ somit einen anderen Stellenwert ein und sind vor allem aus dem Lokalteil nicht mehr wegzudenken.

Durch die divergierende Bedeutung von Amateuraufnahmen im Lokalen, gelten im Boulevard auch andere Kriterien für die Verwendung von Amateuraufnahmen als dies bei Qualitätszeitungen der Fall ist. Ein notwendiges qualitatives Mindestmaß für den Druck und eine gewisse Nachrichtenrelevanz müssen laut Aussage des befragten Redakteurs aber trotzdem gegeben sein. Qualitätstageszeitungen verwenden Amateuraufnahmen nach eigenen Angaben erst dann, wenn durch Mangel an professionellen Alternativen die Notwendigkeit dazu besteht. Wenn ein Amateurfoto beispielsweise der einzige Bildbeleg für ein Ereignis ist und somit eine gewisse Einmaligkeit und Nicht-Wiederholbarkeit besitzt, wird auch auf nicht-professionelle Aufnahmen zurückgegriffen. Sofern sich durch die Verwendung ein Zusatzwert ergibt, werden dann auch Abstriche bei der Bildqualität in Kauf genommen.

An sich gelten im Umgang mit Amateurfotografien keine außergewöhnlichen Richtlinien im Vergleich zu professionellen Aufnahmen. Abweichungen im Handling ergeben sich lediglich durch den zusätzlichen Aufwand zur Klärung der Urheber- und Verwendungsrechte, die Frage der Bildqualität und des Honorars sowie der Notwendigkeit einer genaueren Prüfung der Bilder im Hinblick auf die Einhaltung journalistischer und ethischer Standards. In Sachen Bildbearbeitung gilt für Amateur- wie für Profi-Fotos, dass der Bildinhalt keinesfalls verfälscht worden sein darf. Da es sich bei der Verwendung von Amateuraufnahmen im oben beschriebenen Ausmaß aber um ein noch relativ junges Phänomen handelt, ist der exakte rechtliche Rahmen in diesem Zusammenhang scheinbar noch nicht ausjudiziert, da hier zum Teil noch Unklarheiten herrschen – etwa bei der Verwendung von „Leserreporterfotos“ im Boulevard.

Daneben existieren für die Prüfung von Amateurfotografien weder besondere noch einheitliche Vorgaben. In jedem Fall ist vor der Verwendung ein Urheber- und Quellencheck sowohl für den Qualitäts- als auch den Boulevardjournalismus notwendig. Auch sollte stets die Geschichte zu einem Bild hinterfragt werden. Für die untersuchten Qua-

litätstageszeitungen lässt sich eine grundlegende Skepsis gegenüber Amateurfotos diagnostizieren, die allerdings auch davon abhängig ist, auf welchem Weg die Aufnahmen in die Redaktionen gelangen. Wenn sie über Bild- oder Presseagenturen hereinkommen, wird ihnen generell eine größere Authentizität zugesprochen, weil auf die Seriosität der Agenturen im Umgang mit diesem Material vertraut wird. Eine 100%ige Überprüfung der Echtheit von Amateurfotografien ist aber de facto niemals möglich – nicht nur durch die heutigen Möglichkeiten der digitalen Bildbearbeitung, sondern auch im Hinblick auf inszenierte Szenen, deren Einschätzung immer eine große Herausforderung darstellt. Besonders gilt dies für Fotos aus Kriegs- und Krisengebieten, wobei die Entfernung zum Schauplatz proportional zur Schwierigkeit der Beurteilung zu sein scheint. Zur Vermeidung einer Instrumentalisierung der Medien ist hier stets besondere Vorsicht geboten. Durch eine schriftliche Bestätigung der Urheberschaft lässt sich das Risiko etwaiger Täuschungsversuche wenigstens durch rechtliche Absicherung auf Seiten des Mediums reduzieren. Während der Konkurrenzdruck zwischen den Qualitätstageszeitungen kaum eine Rolle spielt, wirkt sich allerdings der im Medienalltag allgegenwärtige Zeitdruck negativ bei der Beurteilung von Amateuraufnahmen aus.

Am Ende stehen dem Medium zwei verschiedene Varianten zur Verfügung, um mit nicht-verifizierten Amateurfotografien zu verfahren: Erstens können diese generell zurückgehalten werden, was von den untersuchten Qualitätszeitungen bevorzugt wird. Zweitens kann eine trübe Quellenlage in der Berichterstattung deklariert und transparent gemacht werden, indem die entsprechenden Quellen sehr genau angeführt oder die Geschichte um das fragliche Bild herum aufgebaut wird – z.B. wenn im Online-Medium ein Tweet eingebettet wird. In diesem Fall wäre auch die nicht professionelle Quelle deutlich zu erkennen. Die Copyright-Information in Form der namentlichen Angabe des jeweiligen Fotografen ist in jedem Fall Pflicht. Beim Wunsch einer anonymen Veröffentlichung ist auch die Bezeichnung „private Aufnahme“ möglich. Während online verschiedene Möglichkeiten bestehen, um dieses Fremdmaterial zu kennzeichnen – etwa durch die oben beschriebene Einbettung, ein herausstechendes Layout oder durch ein eigenes Label – erfolgt in der gedruckten Tageszeitung an sich keine zusätzliche Kennzeichnung von Amateuraufnahmen. Dies gilt auch für den Online-Bereich immer dann, wenn ein Foto als Einzelbild übernommen wird, wie die Expertenbefragung

ergeben hat. Im Boulevard lässt sich hier ein deutlicher Unterschied festmachen, da die „Leserreporterfotos“ im untersuchten Beispiel neben dem Namen des Fotografen auch mit dieser Bezeichnung sowie einem Handysymbol versehen sind. Doch auch hier muss der grundsätzlich abweichende Verwendungszweck von Leserfotos im Lokalteil beachtet werden. Dennoch ist festzuhalten, dass Amateuraufnahmen in den Qualitäts-tageszeitungen für den unachtsamen Leser *als solche* nicht zu erkennen sind – sieht man von einer etwaigen schlechteren Bildqualität ab. Demnach wird dem Leser damit auch die Möglichkeit genommen, diese Zusatzinformation in die eigene Beurteilung dieses Materials mit einfließen zu lassen. Es scheint deshalb diskussionswürdig, ob es nicht auch hier angebracht wäre, ein eigenes „Label“ ähnlich dem Memorandum [M] für Bildmanipulationen auch für Amateurfotografien einzuführen.

Im Falle einer fehlerhaften Berichterstattung obliegt eine Richtigstellung der Eigenverantwortung und Selbstkontrolle der Medien. Die untersuchten Qualitätstageszeitungen nehmen ihre journalistische Sorgfaltspflicht hier aber sehr genau. Die Vermeidung von Fehlern in der Darstellung ist oberstes Gebot. Im seltenen Fall einer unrichtigen Berichterstattung im Zusammenhang mit Amateuraufnahmen, sind die interviewten Redakteure in jedem Fall um Transparenz bemüht. Eine Klarstellung erfolgt stets im selben Kontext. Im Gegensatz zur gedruckten Tageszeitung und der grundsätzlichen Möglichkeit, eine neue Geschichte zu bringen, in welcher der Inhalt berichtigt wird, kann eine Korrektur im digitalen Medium zudem direkt beim Artikel vorgenommen werden. Ergänzend ist online häufig auch eine Stellungnahme in den sozialen Netzwerken erforderlich. Bei der Einschätzung der Sorgfalt von Boulevardmedien im Umgang mit Amateurfotografien, fällt das Urteil der befragten Experten durchwegs vernichtend aus. Da der interviewte Redakteur der *Kronen Zeitung* auf die Frage, wie denn bei einer fehlerhaften Berichterstattung reagiert werde, eine Antwort schuldig blieb, liegt der Verdacht nahe, dass die Redakteure von *Presse*, *Standard* und *Kurier* mit ihrer Meinung richtig liegen. Um dies fundiert belegen zu können, wären allerdings weitere Untersuchungen und zusätzliche Interviews mit anderen Boulevardmedien erforderlich.

Auch wenn die befragten Qualitätszeitungen – wie gesagt – große Anstrengungen an den Tag legen, um Fehler zu vermeiden, sind diese nicht ausgeschlossen. Mitunter

werden Manipulationen auch überhaupt erst bemerkt, wenn das Medium geklagt wird. Eine unbestimmbare Anzahl von nicht-authentischen Amateuraufnahmen, die möglicherweise unbemerkt in die Berichterstattung „rutschen“ und ein gewisses Restrisiko bleiben also trotz aller Umsicht immer bestehen. Dennoch sehen die interviewten Redakteure darin an sich keine ernsthafte Gefahr für die Qualität des journalistischen Produktes. Auch wenn den Journalisten durch diese Entwicklung in Zukunft sicher zusätzliche Kompetenzen abverlangt werden, kann durch das Bemühen seriöser Medien die journalistische Qualität aufrechterhalten werden. Solange Amateurfotografien mit Sorgfalt und Bedacht eingesetzt werden – und zwar nur dann, wenn sie einen Mehrwert für den Leser und damit auch einen Zusatzwert für den Journalismus mit sich bringen –, sehen die Experten in Amateurfotografen auch keine Gefahr für die Profession des Pressefotografen. Nach Einschätzung der befragten Redakteure wird auch in Zukunft sowohl der Wunsch nach verifizierten Informationen als auch guten Bildern weiterhin bestehen. Gerade aus diesem Grund hat die schützenswerte Zunft der Pressefotografie weiterhin eine Daseinsberechtigung, die durch Amateurfotos im Sinne eines journalistischen Mehrwerts lediglich ergänzt und nicht verdrängt werde.

Literaturverzeichnis

Ausätze und Monografien

Ammann, Ilona/Krämer, Benjamin/Engesser, Sven: Bildhafte Themen und kuriose Typen. Die Bedeutung des Fotos der Bild-Leserreporter. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, Bd. 58, Nr. 1, 2010, S. 83-101.

Altmeppen, Klaus-Dieter/Löffelholz, Martin: Journalismus. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen: 1998, S. 414-421.

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: 2010.

Barthes, Roland: Camera Lucida. Reflections on Photography. London: 2000.

Bauer, Christian Alexander: User Generated Content. Urheberrechtliche Zulässigkeit nutzergenerierter Medieninhalte. Heidelberg: 2011.

Beifuß, Hartmut: Bildjournalistische Darstellungsformen. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 119-130.

Beifuß, Hartmut: Der Bildjournalist. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 11-16.

Beifuß, Hartmut: Was macht ein Foto zum Pressefoto? In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 115-118.

Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Aus dem Vorwort zur ersten Auflage. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 9-10.

Benjamin, Walter: The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction. In: Benjamin, Walter: Illuminations. Essays and Reflections. New York: 1969, S. 217-251.

Bennett, W. Lance/Lawrence, Regina G./Livingston, Steven: None Dare Call It Torture. Indexing and the Limits of Press Independence in the Abu Ghraib Scandal. In: Journal of Communication, Bd. 56, Nr. 1, März 2006, S. 467-485.

Blum, Joachim/Bucher, Hans-Jürgen: Die Zeitung. Ein Multimediu. Textdesign – ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik. Konstanz: 1998.

Boetzkes, Claus-Erich: Organisation als Nachrichtenfaktor. Wie das Organisatorische den Content von Fernsehnachrichten beeinflusst. Wiesbaden: 2008.

Brielmaier, Peter/Wolf, Eberhart: Zeitungs- und Zeitschriftenlayout. 2. Auflage. Konstanz: 2000.

Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter: Qualität im Journalismus. Grundalgen – Dimensionen – Praxismodelle. Wiesbaden: 2003.

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien/Köln/Weimar: 2002.

Büllesbach, Alfred: Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln: 2008, S. 108-136.

Dahinden, Urs: Framing: Eine Integrative Theorie der Massenkommunikation. Konstanz: 2006.

Ebersbach, Anja/Glaser, Markus/ Heigl, Richard: Social Web. Konstanz: 2008.

Engesser, Sven: Partizipativer Journalismus. Eine Begriffsanalyse. In: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkung im Social Web. Köln: 2008, S. 47-71.

Engesser, Sven/Krämer, Benjamin/Ammann, Ilona: Bereichernd oder belanglos? Der Nachrichtenwert partizipativer Pressefotografie im Boulevardjournalismus. In: Publizistik, Bd. 55, Nr. 2, 2010, S. 129-151.

Entman, Robert M.: Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: Journal of Communication, Bd. 43, Nr. 4, 1993, S. 51-58.

Evers, Karl Heinz: Das unentbehrliche Pressefoto. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 118-119.

Fahr, Andreas: Katastrophale Nachrichten? Eine Analyse der Qualität von Fernsehnachrichten. München: 2001.

Forster, Klaus: Rezeption von Bildmanipulation. In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: 2003, S. 66-101.

Gläser, Jochen/Laudel, Grit: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. 4. Auflage. Wiesbaden: 2010.

Gourevitch, Philip/Morris, Errol: Die Geschichte von Abu Ghraib. München: 2008.

Griffin, Michael: Keine Bilder – kein Skandal? In: Message, Nr. 3, 2004, S. 22-27.

Grittmann, Elke: Die Konstruktion von Authentizität. Was ist echt an den Pressefotos im Informationsjournalismus? In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: 2003, S. 123-149.

Grittmann, Elke: Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie. Köln: 2007.

Grittmann, Elke/Ammann, Ilona: Ikonen der Kriegs- und Krisenfotografie. In: Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln: 2008, S. 296-325.

Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona: Global, lokal, digital. Strukturen und Tendenzen im Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln: 2008, S. 8-35.

Gunthert, André: Digital Imaging goes to war. The Abu Ghraib photographs. In: Photographies, Bd. 1, Nr. 1, März 2008, S. 103-112.

Haller, Michael: Die Wirklichkeit der Bilder – Authentisch und inszeniert: Zur Doppeldeutigkeit eindeutiger Bildaussagen. In: Haller, Michael (Hrsg.): Visueller Journalismus. Beiträge zur Diskussion einer vernachlässigten Dimension. Berlin: 2008, S. 29-53.

Haller, Michael: Die zwei Kulturen. Journalismustheorie und journalistische Praxis. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. 2., vollständige überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: 2004, S. 129-150.

Haller, Michael: Lässt sich die Medienfreiheit globalisieren? In: Haller, Michael (Hrsg.): Das freie Wort und seine Feinde. Zur Pressefreiheit in den Zeiten der Globalisierung. Konstanz: 2003, S. 11-27.

Hatcher, Lina/Itzek, Johanna/Schröter, Gesine: Saddam am Galgen. In: Message, Nr. 2, 2007, S. 26-27.

Held, Barbara/Russ-Mohl, Stephan: Qualitätsmanagement als Mittel der Erfolgssicherung. In: Fasel, Christoph (Hrsg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. Konstanz: 2005, S. 49-63.

Jarren, Otfried: Bilder, Bildanalyse und Bildstrategien in der Mediengesellschaft. In: Ammann, Daniel/Moser, Heinz/Vaissaière, Roger (Hrsg.): Medien lesen. Der Textbegriff in der Medienwissenschaft. Zürich: 1999, S. 139-151.

Jones, Timothy M./Sheets, Penelope: Torture in the Eye of the Beholder: Social Identity, News Coverage, and Abu Ghraib. In: Political Communication, Bd. 26, Nr. 3, 2009, S. 278-295.

Kemper, Frank: Fotos ohne Silberfilm. In: Journalist, Nr. 8, 1993, S. 50-51.

Klein, Peter: Chancen und Risiken. In: Journalist, Nr. 2, 1996, S. 69-72.

Knieper, Thomas: Professioneller Bildjournalismus und Medienkompetenz. In: Fasel, Christoph (Hrsg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. Konstanz: 2005, S. 83-92.

Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid: Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln/Weimar/Wien: 2001.

Kunde, Olaf: Geschichte des Fotojournalismus. Norderstedt: 2000.

Lauber, Maria: Bildjournalisten – die modernen Missionare? Rollenbilder im internationalen Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke/Nevela, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln: 2008, S. 165-177.

Lehmann, Frank: Virtuelle Bilderwelt. In: Journalist, Nr. 3, 2001, S. 51-55.

Ludwig, Johannes: Investigativer Journalismus. Recherchestrategien, Quellen, Informanten. Konstanz: 2002.

Marr, Mirko u.a.: Journalisten in der Schweiz. Eigenschaften, Einstellungen, Einflüsse. Konstanz: 2001.

Martin, Ludwig/Werner, Wolfgang: Bildjournalisteneinquer. Publizistische Fotografie. Baden-Baden: 1981.

Matthes, Jörg/Kohring, Matthias: In: Medien und Kommunikation, 52. Jg., Nr. 1, 2004, S. 56-75

Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten: Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden: 2006.

Meier, Klaus: Journalistik. Konstanz: 2007.

Meyer, Michael: Recovering Reality. Errol Morris takes on Abu Ghraib. In: Columbia Journalism Review, Bd. 46, Nr. 6, 2008, S. 53-55.

Meyer, Thomas: Die Inszenierung des Scheins, Frankfurt am Main: 1992.

Mitchell, William J. T.: The Reconfigured Eye. Visual Truth in the Post-photographic Era. Cambridge: 1994.

Mitchell, William J. T.: What do Pictures Want? The Lives and Loves of Images. London/Chicago: 2005.

Müller, Marion: Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz: 2003.

Müller, Marion: Die stille Macht der Bilder. In: Köstler, Andreas/Seidl, Ernst (Hrsg.): Bildnis und Image. Köln/Weimar/Wien: 1998, S. 327-334.

Nehrlich, Helma/Zint, Günter: Existenzbedrohende Auftragspraxis. Kaum noch eigene Bildredaktionen und Total-buy-out-Verträge für Freie. In: Menschen Machen Medien, Nr. 5, 2004, S. 6-7.

Neuberger, Christoph: Durchmarsch der Amateure? In: Message, Nr. 1, 2007, S. 40-42.

Nip, Joyce Y. M.: Exploring the second phase of public journalism. In: Journalism Studies, Bd. 7, Nr. 2, 2006, S. 212-236.

Nobel, Rolf: Verflachung der publizistischen Fotografie. Einmischen über den Brotjob hinaus, unabhängig von Zeitgeist und Trend. In: Menschen Machen Medien, Nr. 5, 2004, S. 4-6.

Rager, Günther: Ethik – eine Dimension von Qualität? In: Brosda, Carsten/Schicha, Christian (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster: 2000, S. 76-89.

Randall, David: The universal Journalist. London: 1996.

Rauch, Friedrich: Symbolisches Bild. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 92-93.

Rauch, Friedrich: Pressekodex. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 90-92.

Rossig, Julian: Fotojournalismus. 2. überarbeitete Auflage. Konstanz: 2007.

Rubinstein, Daniel/Sluis, Katrina: A life more photographic. Mapping the networked image. In: Photographies. Bd. 1, Nr. 1, 2008, S. 9-28.

Rühl, Manfred: Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz: 1980.

Russ-Mohl, Stephan: Am eigenen Schopfe... Qualitätssicherung im Journalismus. Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Publizistik, Bd. 37., Nr. 1, 1992, S. 83-96.

Sachsse, Rolf: Berufsethik. In: Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994, S. 86-90.

Sachsse, Rolf: Bildjournalismus heute. Beruf, Ausbildung, Praxis. München: 2003.

Saxer, Ulrich: Funktionen der Massenmedien in der modernen Gesellschaft. In: Amiot-Priso, Daniel: Medienforschung. Berlin: 1974, S. 22-33.

Schatz, Heribert/Schulz, Winfried: Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, 1992, S. 690-712.

Schierl, Thomas: Der Schein der Authentizität: Journalistische Bildproduktion als nachfrageorientierte Produktion scheinbarere Authentizität. In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: 2003, S. 150-167.

Schumann, Thomas: IPTC NAA Standard. In: Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (Hrsg.): Der Bildermarkt. Handbuch der Bildagenturen 2006. Berlin: 2006, S. 123-125.

Schwiesau, Dietz/Ohler, Josef: Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München: 2003.

Sehl, Annika: Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen. Eine empirische Analyse zur publizistischen Vielfalt im Lokalen. Dortmund: 2013.

Sontag, Susan: On Photography. Harmondsworth/Middlesex: 1982.

Thomson, John B.: The New Visibility. In: Theory, Culture & Society, Nr. 22, 2005, S. 31-51.

Volkman, Ute: Leser-Reporter: Die Macht des neuen Publikums? In: Jäckel, Michael: Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation. Frankfurt: 2008, S. 219-240.

Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Wiesbaden: 1995.

Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen. Wiesbaden: 2004.

Weischenberg, Siegfried: Nachrichtenschreiben. Opladen: 1988, S. 17.

Westerbarkey, Joachim: Grundlagen und Aspekte der Nachrichtentheorie. In: Communications, Vol. 17, 1992/3, S. 283-295.

Ulevich, Neil: Abu Ghraib – Aus der Sicht eines Fotografen. In: Message, Nr. 3, 2004, S. 24.

Zint, Günter: Als die Bilder lügen lernten! Über die elektronische Bildverarbeitung und das Urheberrecht. In: Publizistik & Kunst, Nr. 11, 1993, S. 12-13

Hochschulschriften und Diplomarbeiten:

Hejna, Daniela: Potential und Praxis der Bildmanipulation – Verliert das Pressefoto seine dokumentarische Qualität? Diplomarbeit. Wien: 2003.

Hizgilov, Lea: Journalismus und Qualität – Analyse zum Umgang mit Fremdmaterial in der österreichischen, tagesaktuellen Fernsehberichterstattung (ORF, ATV+, Puls 4). Diplomarbeit. Wien: 2010.

Kapeller, Susanne: Das Handy als Fotoapparat. Das Medium der Sprache wird zum Medium des Bildes. Eine neue Ära der Fotografie? Diplomarbeit. Wien: 2005.

Roselstorfer, Irene: Haben Authentizität und Ethik ein Ablaufdatum? Digitale Bildmanipulation als Herausforderung für die Medienethik. Diplomarbeit. Wien: 2009.

Weidmann, Alina: Das veränderte Bild – Die Digitalisierung der Fotografie und ihre Auswirkung auf die Glaubwürdigkeit des Bildjournalismus aus der Sicht der Rezipienten. Diplomarbeit. Wien: 2006.

Zettl, Alice: Fotojournalismus. Eine Analyse zu fotojournalistischer Qualität. Entwicklungen, Anforderungen, Definitionen. Diplomarbeit. Wien: 2007.

Titel der Sammelbände:

Ammann, Daniel/Moser, Heinz/Vaissaière, Roger (Hrsg.): Medien lesen. Der Textbegriff in der Medienwissenschaft. Zürich: 1999.

Amiot-Priso, Daniel: Medienforschung. Berlin: 1974.

Beifuß, Hartmut/Evers, Karl Heinz/Rauch, Friedrich u.a.: Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 2. Auflage. München/Leipzig: 1994.

Brosda, Carsten/Schicha, Christian (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster: 2000.

Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (Hrsg.): Der Bildermarkt. Handbuch der Bildagenturen 2006. Berlin: 2006.

Fasel, Christoph (Hrsg.): Qualität und Erfolg im Journalismus. Konstanz: 2005.

Grittmann, Elke/Neverla, Irene/Ammann, Ilona (Hrsg.): Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute. Köln: 2008.

Haller, Michael (Hrsg.): Visueller Journalismus. Beiträge zur Diskussion einer vernachlässigten Dimension. Berlin: 2008.

Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen: 1998.

Jäckel, Michael: Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation. Frankfurt: 2008, S. 219-240.

Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: 2003.

Köstler, Andreas/Seidl, Ernst (Hrsg.): Bildnis und Image. Köln/Weimar/Wien: 1998.

Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. 2., vollständige überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: 2004.

Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkung im Social Web. Köln: 2008.

Online-Quellen:

APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015)

Bildnachweis „Getöteter Hund mit Welpen“. Online unter: <http://animalsos.forumotion.com/t125-od-ovoga-gore-ne-moze> (21.2.2014)

derStandard.at: Mediadaten. Online unter: <http://images.derstandard.at/2015/04/09/allgemeinePraesentationderStandardat150409.pdf> (9.4.2015).

DiePresse.com (Mediadaten). Online unter: http://diepresse-wirtschaftsblatt.at/files/pdf/sdo_presse.pdf?_vl_backlink=/home/digital_crossmedia/keyfacts_oe_wa/index.do (9.4.2015)

Dick, Wolfgang: Dauerthema Kopftuch. Online unter: <http://www.dw.de/dauerthema-kopftuch/a-17950401> (31.1.2015)

Hansen, Kate: Wolf in my hall?!? Online unter: <https://twitter.com/k8ertotz/status/436375062229180416> (28.2.2014)

Hansen, Kate: Epic #SochiFail: Wolf in my hall. Online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=3qZA-xOeQmE&feature=youtu.be> (28.2.2014)

Kirchmeyr, Hans: Wenn die Ukraine Hunde tötet, stirbt bei uns die Wahrheit. Online unter: <http://www.kobuk.at/2011/12/wenn-die-ukraine-hunde-toetet-stirbt-bei-uns-die-wahrheit/> (21.2.2014)

Krauel, Torsten: Die Folter-Bilder verfolgen die USA bis heute. Online unter: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article127485463/Die-Folter-Bilder-verfolgen-die-USA-bis-heute.html> (1.5.2014)

krone.at | Mediadaten 2014. Online unter: http://info.krone.at/Ueber_krone.at/Mediadaten_2014_V3.pdf (9.4.2015)

KURIER Digital (Mediadaten). Online unter: <http://kurier.spunq.com/Preisliste+KURIER+Digital+2015.pdf/119.024.783> (9.4.2015)

Leidel, Steffen: Wie digitale Forensiker Fotomanipulationen aufdecken. Online unter: <http://training.dw.de/ausbildung/blogs/lab/?p=2713> (31.1.2015)

Media Analyse 2014. Online unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2014&title=Tageszeitungen&subtitle=Total> (17.3.2015)

Media Analyse 2014. Online unter: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungBundeslandWien.do?year=2014&title=Tageszeitungen&subtitle=BundeslandWien> (17.3.2015)

o.A.: Der Beweis: Osama-Foto ist eine Fälschung. Online unter: <http://www.bild.de/politik/ausland/osama-bin-laden/tot-wirbel-um-foto-17684970.bild.html> (12.2.2015)

o.A.: Herumstreunender Wolf im Olympia-Dorf war ein Fake. Online unter: <http://diepresse.com/home/sport/olympia/1565660/Herumstreunender-Wolf-im-OlympiaDorf-war-ein-Fake> (21.2.2014)

o.A.: „Ein Wolf als Gast im olympischen Dorf“. "Die Presse" vom 21.02.2014, S. 10, Ressort: Chronik. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015)

o.A.: Falsches Foto und Osama auf allen Kanälen. Online unter: http://derstandard.at/1303950685520/Medien-Rundschau-Falsches-Foto-und-Osama-auf-allen-Kanaelen?_slide=1 (12.2.2015)

o.A.: Fotomontage über Syrien-Krieg in der Kronen Zeitung. Online unter: <http://www.nachrichten.at/nachrichten/kultur/Fotomontage-ueber-Syrien-Krieg-in-der-Kronen-Zeitung;art16,937004> (31.1.2015)

o.A.: Gesichteter Wolf im Olympia-Dorf war Fake". Die Presse" vom 22.02.2014, S. 20, Ressort: Chronik. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015)

o.A.: Putin: Wirtschaftskrise in Russland könnte zwei Jahre andauern. Online unter: <http://derstandard.at/2000009521068/Putin-stellt-sich-Fragen-der-Medien> (31.1.2015)

o.A.: Schock für US-Rodlerin: „Da ist ein Wolf auf meinem Flur". "Heute" vom 21.02.2014, S. 29, Ressort: Olympia. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015)

Vgl. o.A.: Syrien: Bricht Armee Waffenruhe?. In: ORF Teletext vom 20.03.2014, 13:05 Uhr, S. 129.1. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015)

Vgl. o.A.: Video entlarvte falsches "Unfallopfer". ORF Teletext vom 01.02.2015, 08:29 Uhr, S. 704.1. In: APA-Online Manager Library (vormals: APA defacto). Online unter: <http://aomlibrary.apa.at/> (13.2.2015)

Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit. Ehrenkodex für die österreichische Presse. Fassung vom 02.12.2013. Online unter: http://www.presserat.at/show_content.php?hid=2 (20.11.2014)

Österreichisches Urheberrechtsgesetz: Gesamte Rechtsvorschrift für Urheberrechtsgesetz. Online unter: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10001848> (23.3.2015)

Riegler, Birgit: Facebook-Falle mit Leichen-Videos Bin Ladens. Online unter: <http://derstandard.at/1303950802334/Warnung-Facebook-Falle-mit-Leichen-Videos-Bin-Ladens> (12.2.2015)

Rosner, Simon: Als CNN ein Foto aus Sotschi von mir wollte. Wie ein satirischer Twitter-Beitrag durchs Netz jagte. Online unter: http://www.wienerzeitung.at/meinungen/kommentare/606499_Als-CNN-ein-Foto-aus-Sotschi-von-mir-wollte.html (28.2.2014)

Scherfig, Leon: Manipulierte Kriegsfotos. Bilder, die lügen. Online unter: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/fotos-aus-gaza-krieg-mit-gefaelschten-bildern-a-983689.html> (31.1.2015)

Wolf, Armin: Und hier sieht man, warum das virtuelle Studio beim ZDF „grüne Hölle“ heißt. Online unter: <https://twitter.com/ArminWolf/status/466613007452504064> (31.1.2015)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gefangener in Abu Ghraib (Foto: dpa)	1
Abbildung 2: Bildbegriff nach Müller	12
Abbildung 3: Problemebenen der Authentizität nach Schierl	19
Abbildung 4: Journalistennormen nach Haller	38
Abbildung 5: Pseudoereignis (Foto: apa/epa/riova novosti)	59
Abbildung 6: Suggestive Bildunterschrift (Foto: Simon Rosner)	61
Abbildung 7: Symbolbild (Foto: picture-alliance/dpa)	63
Abbildung 8: Virtuelle Welten (Foto: Armin Wolf)	64
Abbildung 9: Fotomontage (Foto: Kronen Zeitung; Originalfoto: APA)	66
Abbildung 10: „Der Morgen nach der ersten Schlacht von Passchendaele" – 1917 (Foto: Frank Hurley/National Library of Australia)	68
Abbildung 11: Funktionen der Massenmedien	95
Abbildung 12: Qualitätsmaßstäbe als abhängige Variable	103
Abbildung 13: "Magisches Vieleck" nach Russ-Mohl	104
Abbildung 14: Parkplatz in Wien Landstraße (Foto: Simon Rosner)	116
Abbildung 15: Wolf im Olympischen Dorf (Foto: Kate Hanson/Jimmy Kimmel)	117
Abbildung 16: Falsches Foto des toten Osama Bin Ladens (Foto: AP)	118
Abbildung 17: Getöteter Hund mit Welpen	119

Anhang

Reuters-Richtlinien

- Keine die Aussage berührenden Hinzufügungen oder Weglassungen
(Also kein Verändern des ursprünglichen Inhalts und der journalistischen Integrität des Bildes.)
- Kein übermäßiges Aufhellen, Abdunkeln oder Unscharfmachen
(Also kein Irreführen des Betrachters durch Verschleiern einzelner Bildelemente.)
- Keine übermäßigen Farbänderungen
(Also keine erheblichen Veränderungen der ursprünglichen Lichtbedingungen.)

ZULÄSSIG:

- Beschneiden
- Anpassen der Tonwerte an die Histogrammgrenzen
- Geringfügige Farbkorrektur
- Nachschärfen mit der Einstellung 300% - 0,3 – 0
- Vorsichtiger Gebrauch des Lassowerkzeugs
- Zurückhaltender Gebrauch des Nachbelichtungswerkzeugs
- Anpassen von Lichtern und Schatten
- Pipettenwerkzeug zum Prüfen von Grautönen und Setzen des Graupunkts

UNZULÄSSIG:

- Hinzufügungen und Weglassungen
- Stempel- und Reparaturwerkzeuge (außer für Staubentfernung)
- Airbrush-, Pinsel- und Malwerkzeuge
- Selektives Schärfen einzelner Bereiche
- Übermäßiges Aufhellen, Abdunkeln, Farbtonänderungen
- Automatische Tonwertkorrektur
- Weichzeichnen
- Radiergummiwerkzeug
- Bearbeiten im Maskierungsmodus
- Schärfen in der Kamera
- Kamerainterne Änderung der Sättigung

Interviewleitfaden

In meiner Magisterarbeit beschäftige ich mich mit dem Umgang von (Bild-) Redakteurinnen und -Redakteuren mit digitalen Amateuraufnahmen. Seit einiger Zeit ist ja vermehrt der Trend zu beobachten, dass immer häufiger Fotos aus privaten Digitalkameras oder Handykameras in der professionellen Berichterstattung auftauchen. Meine Frage zum Einstieg:

1) Welche Vorteile haben Journalisten denn grundsätzlich durch Amateuraufnahmen? Was sind die Nachteile?

- *Wenn keine genannt:* Was sind denn die Nachteile?

2) Gibt es besondere Richtlinien im Umgang mit Amateuraufnahmen im Vergleich zu professionellen Aufnahmen?

- Wenn ja, welche?

3) Welche Kriterien müssen Amateuraufnahmen erfüllen, um in der Berichterstattung verwendet werden zu können?

- Was muss ein Bild „haben“, damit es gebracht wird?
- Gelten hier auch bestimmte „Nachrichtenfaktoren“?
- Welche Rolle spielt bei den Aufnahmen die fehlende Professionalisierung der Amateurfotografen?

4) Wie wird dieses Bildmaterial auf seine Echtheit und Authentizität hin überprüft?

- Beim Gedanken an einfachste Bildbearbeitungssoftware für die es kein großes Know-how mehr benötigt: Ist es heutzutage überhaupt noch möglich, Manipulation am Bild zu erkennen? – Wenn ja, wie lässt sich dies konkret überprüfen?
- Kann man bei digitalen Bildern überhaupt feststellen, ob das Bildmaterial bearbeitet wurde, sofern nicht zufällig das Original auftaucht?
- Wie sieht es vor allem auch mit der Überprüfbarkeit im Hinblick auf „gestellte Szenen“ aus?

- Spielt bei der Überprüfung eine Rolle, auf welchem Weg die Amateuraufnahmen in die Redaktion gelangen? (*direkter Weg vom Fotografen in die Redaktion, Bildagenturen oder Bilddatenbanken, relativ eigenständig über das Internet*)
- Werden fragwürdige Amateuraufnahmen, deren Echtheit man nicht mit 100%iger Sicherheit feststellen oder nicht selbst überprüfen konnte, für die Berichterstattung verwendet und diese Quellenlage transparent gemacht – oder werden solche Aufnahmen dann eher zurückgehalten?
- Welche Rolle spielt der Konkurrenzdruck unterhalb der Medien bei der Veröffentlichung von Amateuraufnahmen – vor allem bei der tagesaktuellen Presse? Welche Rolle spielt der Zeitdruck (vor allem online)?

5) Werden nicht-professionelle Aufnahmen auf besondere Weise gekennzeichnet?

- Wenn ja – wie? (z.B. „private Aufnahme“ oder Copyright...?)
- Werden Amateuraufnahmen grundsätzlich als solche gekennzeichnet?
- Werden die Bilder bei unsicherer Quellenlage in besonderer Weise gekennzeichnet? (*Oder wird unsicheres Bildmaterial ohnehin zurückgehalten?*)
- Wie sieht es bei Amateuraufnahmen mit der Transparenz hinsichtlich der Quellenlage aus?

6) Wie wird bei fehlerhafter Berichterstattung reagiert?

- Was passiert, wenn ein Bild fälschlicherweise gebracht wurde und sich im Nachhinein als Fälschung oder Manipulation herausstellt?
- Wie erfolgt eine etwaige Richtigstellung?
- In Anbetracht der Tatsache, dass Bilder in der Regel eindrucksvoller sind als Worte: Ist hier doppelte Vorsicht geboten?
- Ihre persönliche Einschätzung: Wie machen es die anderen?

ABSCHLUSS:

- Wenn Sie an die fehlende Professionalisierung bei Amateurfotografen und die womöglich fehlende Transparenz denken, wirkt sich das auf Dauer auf die journalistische Qualität aus?

- Zum Abschluss noch eine letzte persönliche Einschätzung: In Anbetracht der Tatsache, dass sich überhaupt nur noch wenige Redaktionen eigene Bildredaktionen leisten bzw. leisten können: Verdrängen Amateuraufnahmen auf Dauer die Profession des Pressefotografen? Bzw. wohin verlagert sich diese Arbeit?
- Gibt es sonst noch etwas, dass Sie gerne ergänzen würden, was noch nicht angesprochen wurde?

Vielen Dank für das Gespräch und Ihre Unterstützung!

Transkriptionen der Experteninterviews

Interview mit Anonym 1 (A1)

Fotoredakteur bei *Der Standard*

Transkriptionskürzel des Interviewten: A1

Transkriptionskürzel der Interviewerin: CS

- CS: Ich habe es eh schon in meiner E-Mail geschrieben: Ich beschäftige mich in meiner Masterarbeit mit dem Umgang von Bildredakteurinnen und -redakteuren mit digitalen Amateuraufnahmen. Seit einiger Zeit – vor allem seit Smartphones und Digitalkameras vermehrt im Umlauf sind und eingesetzt werden – stellt man zunehmend fest, dass auch Amateuraufnahmen immer öfter in der professionellen Berichterstattung auftauchen. Einstiegsfrage wäre einmal, was sind denn grundsätzlich die Vorteile und Nachteile, wenn man auf digitale Amateuraufnahmen zurückgreift?
- A1: Ja, das ist gar nicht so locker und in Kürze zu beantworten. Die Vorteile liegen natürlich darin, dass die Amateure halt überall sind. Also die können genauso die Ereignisse im Grätzl vom umgefallenen Mistkübel im Gemeindebau wie auch – ich weiß auch nicht – den Asteroideneinschlag in der Sibirischen Steppe dokumentieren, wo dann oft keine Profis vor Ort sind. Nachteile gibt es natürlich mehrere. Erstens technischer Natur. Die Aufnahmen haben dann in der Regel nicht die Qualität die Profi-Aufnahmen haben und ein zweites großes Problem ist natürlich das urheberrechtliche. Wenn wir mit Agenturen oder Profi-Fotografen zusammenarbeiten, dann gibt es klare Vereinbarungen in der Regel. Bei Amateuraufnahmen ist das oft ein Graubereich, wo man dann von Fall zu Fall oft erst die Regeln ausmachen muss.
- CS: Ist denn dann das Urheberrecht auch immer so leicht zu bestimmen?
- A1: Na ja, wenn etwas von bestimmten Personen direkt an eine Redaktion geht, dann in der Regel natürlich schon. Wenn Dinge im Internet kursieren, dann wird es oft ziemlich mühsam, die eigentlichen Urheber ausfindig zu machen, beziehungsweise diese dann auch rechtzeitig zu kontaktieren.
- CS: Rechtzeitig ist ein gutes Stichwort. Gibt es denn besondere Richtlinien im Umgang mit Amateuraufnahmen im Unterschied zu „normalem“ Bildmaterial?
- A1: Ja, man müsste wieder ziemlich differenzieren. Es gibt die Zeitung, es gibt der standard.at, wo die Nutzung von Amateurmaterial auch nicht unbedingt einheitlich ist. Es gibt ja mittlerweile Bereiche auch auf unserem Portal, die ausdrücklich auf User und Userinnen zugehen und auch deren Material einfordern oder sie, die User und Userinnen, auffordern, Material zuzusenden. Wenn das von deren Seite freiwillig geschieht, ist man meistens auch rechtlich aus dem Schneider. In der Tageszeitung schaut es ein bisschen anders aus. Da scheitert es oft schon einmal eben an diesen technischen Parametern. Die Bilder haben dann oft eben nicht die nötige Auflösung, die nötige Schärfe etc. Also, eine ganz einheitliche Antwort wird es hier nicht geben, weil wir einfach auch von verschiedenen Medien sprechen.
- CS: Das heißt es unterscheidet sich dann schon auch in Online und Print, weil natürlich die Qualität, die jetzt ein Bild für die Verwendung online haben muss, nicht die ist, die es für Print haben muss.
- A1: Ja, erstens das und zweitens gibt es eben im UGC-Bereich tatsächlich so eine Verbindung von Redaktion und Usern und Userinnen, wo sie eben auch zum Mitarbeiten quasi ermutigt werden und dann von sich aus auch Fotos schicken oder Videos schicken, die dann eben auch unter diesem Brand UGC bei uns oft auf dem Online-Portal zu finden sind.
- CS: Das heißt die sind dann wirklich sozusagen auch mit diesem Label versehen?
- A1: Ja.
- CS: Sie haben es vorhin eh auch schon angesprochen, dass natürlich auch technische Parameter eine Rolle spielen. Welche Kriterien müssen denn die Amateuraufnahmen erfüllen, um in der Berichterstattung verwendet werden können. Technisch haben Sie schon angesprochen, wie sieht es sag ich mal von der Bildqualität aus.

- A1: Es gibt im Alltagsgeschäft dann immer wieder Abstriche, die man an die Qualität macht, wenn Bildmaterial halt nur aus einer Quelle oder aus wenigen Quellen zu kriegen ist. Und da spielt es dann gar nicht so eine riesen Rolle, ob das Profis oder Amateure sind, die das liefern. Wenn es wirklich was Besonderes ist, dann wird man Unschärfe in Kauf nehmen, dann wird man eine schlechtere Auflösung in Kauf nehmen. Also da geht es dann bei wirklichen Besonderheiten eher um die Exklusivität. Und das gilt wahrscheinlich nicht nur bei uns, sondern auch für sehr viele andere Medien auch.
- CS: Die Frage, die sich da noch anschließt: Was muss denn ein Bild haben, damit es gebracht wird. Also gibt es da auch Nachrichtenfaktoren, die für Bilder gelten?
- A1: Ja, ich würde sagen bei uns schon. Bei Boulevardmedien ist es natürlich ein bisschen was anderes. Da setzt man ja heutzutage auch gerne auf die Leserreporter oder wie auch immer das dann bezeichnet wird, die dann die Lokalereignisse auch abdecken. Die Lokalberichterstattung ist dann bei uns ja nicht so ein Hauptzweck. Darum können wir darauf auch weitgehend verzichten.
- CS: Aber Sie haben es eh schon angesprochen: Wenn Exklusivität gegeben ist, wenn es ein wichtiges Ereignis ist, wo es eben nur dieses Bildmaterial gibt, dann macht man auch Abstriche bei der Professionalität der Aufnahmen?
- A1: Ja, ja. Aber wie gesagt, das gilt dann auch für die regulären offiziellen Quellen. Also wenn jetzt Bildmaterial aus Pakistan über die Agenturen kommt, da gab es halt nur ein älteres Kameramodell gerade oder es haut mit der Auflösung dann halt nicht so hin, dann wird man es trotzdem nehmen, wenn man der Ansicht ist, dass dieses Ereignis halt berichtenswert ist.
- CS: Die Frage, die sich da jetzt für mich anschließt ist: Wie wird denn dieses Bildmaterial auf seine Echtheit und Authentizität hin überprüft? Sie haben es schon angesprochen: Wenn es teilweise von Agenturen kommt, aber auch wenn es direkt in der Redaktion landet.
- A1: Das ist ein Problem mit dem wir in den letzten Jahren natürlich mehr zu tun haben, weil im Netz alles zu finden ist und zugleich aber in vielen Fällen die Ursprünge schwer zurückzuverfolgen sind. Es gibt ja mittlerweile grade im Bereich der Medienwissenschaften auch Leute, die sich damit beschäftigen, Fälschungen aufzudecken.
- CS: Ich habe mir beispielsweise auch *kobuk* angeschaut.
- A1: Ja und um diese Gefahren zu verringern setzen wir natürlich auf eine gesicherte Quellenlage. Das bedeutet, dass wir so weit es möglich ist halt auf die professionellen Quellen zurückgreifen und wenn wir ungesichertes Material bekommen, das dann auch deklarieren, wenn es in Einzelfällen doch verwendet wird und wir es nicht überprüfen konnten. Ich denke, das ist so der seriöse Weg, den Agenturen bestreiten und den auch Medien bestreiten, dass man, wenn die Quellenlage nicht gesichert ist, das dann auch klar zu deklarieren hat.
- CS: Die Frage, die sich für mich jetzt noch anschließt, haben Sie eh schon angesprochen: Spielt es eine Rolle bei der Überprüfung, auf welchem Weg jetzt das Bild in die Redaktion gelangt? Also wenn es jetzt von einer Agentur kommt, gehen Sie dann davon aus, dass ist echt, das ist authentisch?
- A1: In der Regel ja. Wenn es sich sogar um... Also ich muss dazu sagen, die seriösen Agenturen handhaben das auch so, dass sie selber dann angeben, ok, das ist jetzt Material, das hat jetzt nicht der Reuters-Fotograf aufgenommen oder der IT-Fotograf, sondern das kommt aus einer dritten Quelle und wir konnten nicht eindeutig verifizieren, ob die angegebenen Daten auch korrekt sind. Das tun die Agenturen meistens. Wenn wir selber Zweifel bekommen, dann versuchen wir natürlich auch nachzurecherchieren, ob das tatsächlich so gewesen sein kann oder ob sich da eventuell ein Fehler eingeschlichen hat. Entweder bei der Quelle selber oder bei der Agentur dann bei der Betextung. All das kann vorkommen. Und ja, das gibt dann in manchen Fällen [*lacht*] zusätzliche Arbeit, ja.
- CS: Das ist auch ein Punkt, den Sie ansprechen: Es kann ja auch bei der Betextung zum Beispiel auch schon zu Fehlern kommen. Was mich jetzt aber auch noch interessieren würde ist aber auch: Wenn man an einfachste Bildbearbeitungssoftware denkt. Ich bin jetzt auch nicht sehr bewandert, was das betrifft, aber ich krieg es mit Photoshop auch noch irgendwie hin, irgendwas am Bild zu manipulieren. Kann man das überhaupt im Nachhinein noch sehen, feststellen, dass ein Bild bearbeitet wurde, wenn jetzt nicht zufällig das Original dazu auftaucht?
- A1: Ich glaube, es ist heutzutage schon schwierig, wenn wirkliche Profis am Werk sind. Dann ist es, denke ich, sehr schwer nachzuweisen. Die Bildmanipulationen kommen vor und das ist wiederum ein Argument dafür, sich auf gesicherte Quellen zu verlassen und lieber nicht auf Amateur-

aufnahmen oder andere ungesicherte Quellen zurückzugreifen. Es gibt mittlerweile Profis, die mit diesen Werkzeugen sehr geschickt umgehen und da wird es dann echt mühsam, zu sagen: Aha, die Frau Merkel hat jetzt plötzlich den violetten Blazer an und nicht den roten. Hat die jetzt zwischen, weiß nicht, Empfang des Staatsgastes und Pressekonferenz geschwind ihre Jacke gewechselt? Oder ist da doch irgendwas passiert oder gemacht worden? In so einem Fall ließe es sich natürlich noch leicht nachweisen, weil man ja eh mehrere Referenzquellen hätte. Aber bei weniger prominenten Personen, bei abgelegeneren Weltgegenden fiele das natürlich deutlich schwerer.

CS: Also ich sage einmal, wenn man auch noch so viel Sorgfalt auf die Prüfung, man ist nicht gefeit. Ich bin auch über den Fall gestolpert von diesem Wolf im Olympischen Dorf. Haben Sie das mitgenommen? Während den Olympischen Winterspielen.

A1: Nein, nicht wirklich, der ist mir entgangen.

CS: Das war ein Video von einer Sportlerin, die hat das auf Twitter und Youtube gepostet über einen Wolf vor ihrem Zimmer. Und das war halt auch ein Fake. [A1 lacht] Das war der Gang nachgebaut und den Wolf reinretuschiert.

A1: Echt? [lacht]

CS: Und eine Presse ist wirklich... ja, also man ist da auch nicht...

A1: Also die hat sich da richtig Mühe gemacht.

CS: Das war zusammen mit einem Comedian, glaube ich. Man ist also nicht davor gefeit.

A1: Ja.

CS: Wenn ich jetzt auch so daran denke, wie sieht es denn überhaupt mit gestellten Szenen aus? Wie sehen sie da die Gefahr?

A1: Gestellte Szenen... hm, ja, wo beginnt die gestellte Szene? Das ist auch im News-Bereich oft wahnsinnig schwer einzuschätzen. Also keine Ahnung. Wir kriegen Fotos aus einem Flüchtlingslager und es kommen Fotos von Kindern, die entweder in die Kamera lächeln oder die gerade ganz betrübt dreinschauen. Wir können es nicht nachprüfen, was der Fotograf vor Ort getan hat. Hat der den Kindern jetzt vielleicht gerade irgendeine Süßigkeit gegeben und die grinsen deswegen? Ist das jetzt dann schon eine gestellte Szene oder ist das noch echt? Also, das ist wirklich ein schmaler Grad. Wenn bei einem Begräbnis Fotos von Leuten kommen, die in Tränen ausbrechen, haben die jetzt nur für die Kamera geweint oder war das wirklich die echte Emotion? Das sind so Abwägungsgeschichten, die dann eh zu unserem täglichen Brot gehören. Man ist dann oft auch auf sein Gefühl eher angewiesen. Wurde das jetzt inszeniert oder hat sich das tatsächlich so abgespielt? Es lässt sich in sehr vielen Fällen einfach nicht nachprüfen. Man müsste dann fast jedem Foto nachgehen und das ist ein Arbeitsaufwand, der nie zu leisten ist.

CS: Und da spielt dann wahrscheinlich auch einfach wieder die Einschätzung der Quelle und der Transparenz nehme ich an einfach die größte Rolle?

A1: Hm, klar.

CS: Welche Rolle spielen denn der Konkurrenzdruck und der Zeitdruck speziell jetzt für solche Aufnahmen? Also wenn ich jetzt an die tagesaktuelle Presse natürlich auch denke, ist ja ein anderer Zeitdruck gegeben als wenn ich jetzt eine Wochenzeitung oder ein Magazin habe.

A1: Ja und noch höher ist der Zeitdruck natürlich online. Da ist es oft noch wesentlich heikler und wesentlich schwieriger, wirklich in Minuten- oder gar Sekundenschnelle einzuschätzen: Kann man jetzt der Quelle vertrauen oder nicht? Ich denke, dass wir damit auch versuchen so sorgfältig wie möglich umzugehen und eben auch in solchen Fällen dann unsere Quellen angeben. Also „XY hat auf Twitter gepostet“ oder „XY verbreitet über Instagram bla bla bla“ – was auch immer. Also wir geben die Quellen dazu an und behaupten dann nicht, dass diese tatsächlich die Wahrheit sei, sondern eben das, was auf einem bestimmten Kanal von bestimmten Personen verbreitet wird. Ja, ich denke, näher kann man sich der Objektivität nicht annähern.

CS: Das ist ja sowieso immer so die Frage, wie objektiv man überhaupt sein kann.

A1: Ja.

CS: Also die Transparenz ist dann auf jeden Fall gegeben, dass man auch transparent macht, wenn das jetzt eine unsichere Quelle ist?

A1: Hm, genau. Wo kommt es her? Und... ja.

CS: Und wie ist da die Linie beim Standard? Ist das dann sozusagen im Fließtext eine Anmerkung? Ist das unterm Bild vermerkt?

A1: Das ist in der Regel dann gleich beim Bild vermerkt.

- CS: Das wäre jetzt nämlich auch gleich die nächste Frage: Wie nämlich solche nicht professionellen Aufnahmen gekennzeichnet werden und auch wie sozusagen die Quellenlage transparent gemacht wird? Das Thema haben sie eh auch schon angeschnitten.
- A1: Ja, also. Am schönsten kann ich ihnen das anhand eines Livetickers zeigen. *[öffnet Liveticker auf stanard.at]* Also ok, wir haben hier z.B. ein Reuters-Foto. Das ist eh eine ziemlich klare, nicht so leicht anfechtbare Quelle. Da haben wir wieder ein Reuters-Foto *[scrollt nach unten]* Ok und da wird zum Beispiel ein Tweet zitiert. Und das ist dann aber dann eindeutig erkennbar in der Form, dass da eben getwittert wurde. Also wir zitieren diesen Tweet, die Hintergrundfarbe ist anders, wir haben da einen Rahmen und da wird ganz klar, das ist jetzt nicht unsere Information, sondern da wurde eben... *[scrollt weiter nach unten]* Ah ja, ok, da haben wir den nächsten Tweet. Und die sind dann aber eben in einer eigenen Form. Also da ist das Layout dann ein anderes als bei den eigenen Beiträgen beziehungsweise wie bei den Fotos, die halt über die Agenturen gekommen sind. Wir haben da dann eben DIP *[unverständlich]* oder Reuters oder was es da war... *[scrollt weiter nach unten]* Aha, da fehlt der Credit leider.
- CS: Passiert *[lacht]*.
- A1: Passiert, ja. Aber in der Regel ist es dann immer beim Bild angegeben. Und dort wo wir Bilder aus anderen Quellen haben, in dem Fall eben aus Tweets, sind eben die Tweets eingebettet, sodass es für den User auch klar ersichtlich ist, das ist jetzt nicht dieselbe Quelle.
- CS: Und der Urheber ist ja auch klar erkennbar, dadurch dass das eingebettet ist.
- A1: Ja, genau.
- CS: Und sie haben vorhin gesprochen von dem Brand UGC.
- A1: Ja, UGC für User Generated Content.
- CS: Und wo wird das vermerkt? Unterm Bild oder ist das so verschlagwortet oder...?
- A1: Ja, das kann ich auch gleich zeigen *[ruft neue Seite auf]*. Das ist nur ein anderes Beispiel noch: Akademikerball-Berichterstattung. Also da haben wir hier ähnlich bei dem Tweet von SOS Mitmensch hier die Quelle gleich deutlich erkennbar *[scrollt weiter nach unten]*. Da gibt es ein Video, das ist von unserer Kollegin. Auch das steht drunter. Wieder ein Tweet. Das ist ein Agenturfoto, wieder ein Agenturfoto, ein Tweet, dieses Mal von der Polizei, auch ein Tweet.
- CS: Das heißt alles, was nicht eigens ist, ist rechts und auf besondere Weise einfach vom Layout auch her gekennzeichnet.
- A1: Genau, es ist durch das Layout dann schon in der Form klar, dass das eine andere Quelle ist. Ja. Die eigenen Videos, die eigenen Fotos *[scrollt weiter nach unten]*
- CS: Das heißt, der User Generated Content-Vermerk steht dann auch beim Bild dabei oder ist das sozusagen intern was sie verwenden?
- A1: Ja, das schaut dann so aus: Wir haben da dieses Symbol: „#User“. Und da steht es dann auch schon im Titel: „Userfotos“. Ja und das sind halt Beiträge, die User schicken und drunter steht dann der Name des Einsenders. Das sind dann die Beiträge, die uns zugeschickt werden, und die sind dann auch namentlich gekennzeichnet.
- CS: Passt, da kann ich mir was drunter vorstellen. Ist das im Print genauso? Ich meine, da stellt sich jetzt die Frage nicht, dass Leute Bilder einschicken, aber...
- A1: Ja, also im Print wäre genauso. Also wenn wir jetzt von einem Hobbyfotografen irgendwas übernehmen würden, dann würden wir natürlich auch ihn als Quelle nennen für die Zeitung. Und der hätte dann auch so wie ein Profi auch Anspruch auf ein Fotohonorar. Also er wird von uns dann auch nicht anders behandelt als ein Berufsfotograf, wenn wir finden, ok die Aufnahme ist es wert oder der Anlass verlangt das jetzt. Dann würden wir den Amateur nicht anders behandeln als den Profi.
- CS: Und ein Vermerk zur Quellenlage findet sich dann eher wo? Also, wenn das jetzt eine unsichere Quelle wäre eher im Fließtext schätze ich mal, oder?
- A1: Nein, das findet sich dann oft auch direkt in der Bildunterschrift, ja, weil es eben zum Bild dazu gehört, diese Information zu liefern, versuchen wir das dann eher schon in der Bildunterschrift unterzubringen. Das... keine Ahnung... da gibt es mehrere Möglichkeiten: Dass das von XY irgendwo gepostet wurde oder dass eine Organisation das ausgeschickt hat. Ja, also diese Hinweise, dass das nicht unmittelbarer redaktioneller Inhalt ist, der kommt dann schon, wenn es sich ausgeht, in unmittelbarer Nähe des Bildes vor.
- CS: Dann muss man auch nicht im Text danach suchen, sozusagen.
- A1: So ist es, ja.

- CS: Wie wird denn bei Fehlerhafter Berichterstattung reagiert? Also wenn es jetzt wirklich mal passiert, dass man ein Bild gebracht hat, dass sich im Nachhinein als manipuliert herausstellt, als Fälschung herausstellt? Wie erfolgt dann eine etwaige Richtigstellung?
- A1: Das würde wie bei einem Fehler im Text als „Erratum“ behandelt werden und wir würden das im selben Ressort selbstverständlich und im selben Kontext dann wiedergeben. Beziehungsweise haben wir auch die letzte Seite oder die vorletzte Seite „Kommentar der anderen“, wo solche Korrekturen dann auch vorgenommen werden. Unabhängig davon, ob sich das jetzt auf Text oder Bild bezieht.
- CS: Kenne ich auch die Seite. Ihre persönliche Einschätzung in Bezug auf fehlerhafte Berichterstattung, wenn man bedenkt, dass Bilder ja oftmals auch stärker sind als Worte: Ist da jetzt doppelte Vorsicht geboten?
- A1: Hm, ja. Ja natürlich, man kann mit Bildern, wie man ja auch aus der Geschichte weiß, auch ordentlich manipulieren. Das war auch und ist auch zum Teil ein Instrument nicht demokratischer Gesellschaftsordnungen. Und da sich der Standard ja den Grundgesetzen und den Menschenrechten verpflichtet fühlt ist es uns natürlich auch ein Anliegen, diese Formen der Manipulation zu vermeiden, nicht darauf reinzufallen und sie, wenn sie uns auffallen, natürlich auch aufzudecken. Wir versuchen, glaube ich, seit jeher immer schon sehr sorgsam auch mit Bildmaterial umzugehen und nicht manipulativ mit Bildern zu arbeiten.
- CS: Und da auch in Bezug auf eine etwaige Richtigstellung ist es ja dann möglicherweise ja auch so, dass man das dann möglicherweise richtig stellt, dass dann aber das Bild eigentlich, ja, schon viel gesagt hat und...
- A1: Hm *[zögert]*, ja, ja. Also, ich weiß es nicht.
- CS: Oder sehen Sie das nicht so?
- A1: Natürlich, wenn es schon mal passiert ist, dann ist schon mal Schaden angerichtet, das ist schon klar. Ich versuche mich jetzt gerade zu erinnern, ob es da bei uns massivere Fälle schon gegeben hat. Hm *[zögert]* Ich weiß es nicht... vielleicht können Sie da...?
- CS: Ich habe jedenfalls keinen gefunden! *[lacht]*
- A1: Ja, das freut mich!
- CS: Anscheinend funktioniert die Strategie dahinter sehr gut.
- A1: Ja, es gibt natürlich immer sensible Leserinnen und Leser, die uns dann darauf aufmerksam machen, dass eben nicht nur die, ja, die sichere Quellenlage ein Kriterium ist, sondern dass es auch auf die Position der Kamera gegenüber dem Abgebildeten ankommt. Und das, was uns schon auch gelegentlich passiert ist, dass man leicht in eine Klischeefalle tappt. Aber das geht wahrscheinlich vom eigentlichen Thema schon zu weg.
- CS: Das ist, glaube ich, immer ein grundlegendes Thema, das alle Bilder betrifft.
- A1: Hm, ja. Ja und auch da versuchen wir, aufmerksam zu bleiben und nicht unbedingt die Klischees zu bestärken oder zu untermauern.
- CS: Wie wäre denn Ihre Einschätzung – Sie haben es vorhin eh auch schon einmal angesprochen – wie machen das denn die anderen? Wenn man jetzt beispielsweise mal an den Boulevard denkt, ohne Namen zu nennen?
- A1: Ja, nein, es gibt Medien, die in vielerlei Hinsicht einfach weniger Skrupel haben. Und das drückt sich vom Titel über die Artikel bis hin zur Auswahl der Bilder und dem Umgang mit Bildern natürlich aus. Also das ist dann meistens ein durchgängiges Prinzip. Und bei Bildern im Speziellen, ja, da gibt es eben keine Scheu vor Fotomontagen, die wir auch einsetzen, aber nur ausgewählt und nur in bestimmten Bereichen. Und es drückt sich – um auf das Ursprungsthema noch einmal zurückzukommen: es drückt sich natürlich auch in einem lockereren Umgang mit Quellen aus. Die, ja, anderen Medien sind oft sehr zurückhaltend mit den korrekten Quellenangaben. Oft fehlen sie und ja, wenn sie nicht fehlen, dann gibt es halt trotzdem Fotos, die halt dann gewissen Parametern dann auch nicht entsprechen, die wir anlegen, was die Qualität angeht und ja, was die Wertung der Ereignisse angeht.
- CS: Dann bin ich eigentlich schon fast am Ende. Zum Abschluss würde ich Sie einfach noch gerne um zwei persönliche Einschätzungen bitten. Wenn Sie jetzt an die fehlende Professionalisierung bei Amateuraufnahmen denken und womöglich auch diese fehlende Transparenz, die es manchmal gibt, wirkt sich das möglicherweise auf Dauer auf die journalistische Qualität auch aus?
- A1: Hm, ich glaube es muss sich nicht auf die journalistische Qualität auswirken, solange es noch Medien gibt, die halt ihren Qualitätsanspruch haben und den auch weiterhin verteidigen wol-

len. Und da sind wir ja nicht die einzigen, die gibt es ja rund um die Welt auch noch. Und ich glaube, dass die Praktiken, wie man versucht, diese Qualitätskriterien zu erhalten oder die Ansätze dazu auch weitgehend gleich oder vergleichbar sind. Es gibt natürlich einen Umbruch durch die Digitalisierung und das Internet, der wahrscheinlich von vielen Medien-Konsumenten gar nicht so deutlich wahrgenommen wird, weil eben alles im Netz ist und weil halt auch nur bewusste User dann den Unterschied wahrnehmen werden. Darum wäre es wahrscheinlich wirklich nötig, so was in irgendeiner Form in Lehrpläne einzubringen. Medienkonsum ist schwieriger geworden, ist verwirrender geworden und die Qualität vom Ramsch zu unterscheiden ist nicht so selbstverständlich. Und nicht nur das, es gibt ja mittlerweile auch Organisationen, politische Organisationen, die sogar ziemlich professionell ihre Medienarbeit über die verschiedenen Kanäle betreiben und ja, die diese Gefahren natürlich noch verstärken. Das ist dann auch nicht so eindeutig immer festzustellen für den User: Ist das jetzt Propaganda-Material oder kommt das aus einer seriösen Quelle? Das ist etwas, was uns auch ein wenig betrifft, weil natürlich vieles, was als Bildmaterial heute kursiert in Wahrheit von Organisationen gestreut wird oder über diverse Kanäle verteilt wird. Schlagwort IS, die machen das ja sehr bewusst und sehr direkt. Und da ist es meistens deutlich nachvollziehbar wo es herkommt, aber natürlich gibt es auch Organisationen, die das dann subtiler machen und da wird es dann auch für seriöse Medien eine Herausforderung, diese Dinge zu identifizieren.

CS: Das heißt man müsste also auch bei den Rezipienten Bewusstsein schaffen?

A1: Ich denke schon, ja.

CS: Und – allerletzte Frage – wenn man jetzt wieder an den Produzenten der Bilder denkt: Ich bin drüber gestolpert über von wegen: Die Pressefotografie oder die klassische Pressefotografie ist am Sterben und eine ganze Profession ist bedroht. Wie würden Sie das einschätzen? Bedroht das wirklich eine ganze Profession oder verlagert sich die Arbeit des klassischen Pressefotografen woanders hin?

A1: Na ja, es gibt irgendwie schon länger, ob das nicht eine aussterbende Zunft sei. Aber also Status quo so wie es jetzt ist: Ich denke, dass die professionelle Pressefotografie natürlich noch ihre Berechtigung hat und dass sie natürlich auch noch nachgefragt wird. Klar, ich habe eine etwas gefärbte Sicht, weil wir und im Speziellen natürlich ein Fotoredakteur auch sehr abhängt von wirklich gut gemachten professionellen Bildern. Ich glaube nicht, dass das jetzt in den nächsten Jahren diese Spezies wirklich vom Aussterben bedroht ist. Also auch wenn ich das in meiner vorherigen Antwort ein bisschen pessimistischer ausgedrückt habe: Das Bedürfnis nach verifizierbaren Informationen und nach Qualitätsjournalismus – und das ist halt auch Qualitätspressefotografie – das ist schon auch da. Es wird wahrscheinlich eine Nischen-Existenz führen, aber ok. Die Qualitätsmedien haben jetzt auch im Print-Bereich halt Anteile von, weiß ich nicht, 10, 15 % wenn es hoch kommt. Und das wird sich im digitalen Zeitalter wahrscheinlich nicht so stark ändern. Also das Segment an Interessierten

CS: Haben Sie noch irgendwas was Sie unbedingt loswerden, was ich nicht gefragt habe? Was ganz wichtig ist?

A1: *[lacht] [überlegt]*

CS: Oder ist an sich alles gesagt?

A1: Ja, vielleicht nur als Detail – also das hat fast anekdotischen Charakter, aber es gibt natürlich auch Handyfotos, die bei uns schon gedruckt wurden. Und es gibt Handyfotos von Profis und gelegentlich greifen auch die Profis zum Handy, wenn es sich gerade ergibt oder wenn gerade kein anderes Gerät bei der Hand ist, dann kann das schon sein, dass das auch durchaus mit solchen Mitteln aufgenommen wird, das Foto, das dann online oder unter Umständen dann auch im Print erscheint.

CS: Da muss man aber auch zugeben, dass so manches Handy gar keine so schlechten Bilder macht.

A1: Das ist richtig, ja. Die sind technisch natürlich auch schon viel, viel weiter als vor 5 Jahren noch. Und man kann halt bei vernünftigen Lichtverhältnissen zumindest dann schon anständige Bilder machen.

CS: Na gut, dann bedanke ich mich ganz herzlich für das Gespräch.

Interview mit Rainer Schüller (RS)

Stv. Chefredakteur bei *derStandard.at*

Transkriptionskürzel des Interviewten: RS

Transkriptionskürzel der Interviewerin: CS

- CS: Ich habe es ja ohnehin schon geschrieben: Ich beschäftige mich in meiner Masterarbeit mit dem Umgang von Redakteuren mit digitalen Amateuraufnahmen. Es ist seit einigen Jahren vermehrt der Trend zu beobachten dass auch Amateuraufnahmen in der Berichterstattung auftauchen. Einstiegsfrage von mir wäre einmal: Was sind denn grundsätzlich überhaupt die Vorteile und auch die Nachteile, wenn man auf Amateuraufnahmen zurückgreift?
- RS: Na ja, die Vorteile sind, dass wir von vor Ort Fotos bekommen, die wir sonst über die Agenturen nicht bekommen. Es gibt – wenn man es jetzt auf Österreich beschränkt – gibt es oft vor allem bei Naturereignissen, wenn es starke Schneefälle gibt, wenn es starke Unwetter gibt, wenn es irgendwelche Katastrophen gibt – wir sind sehr abhängig von den Presseagenturen. Und da gibt es oft von den Presseagenturen wenig Fotos bis gar keine Fotos, vor allem wenn das irgendwo in Gebieten ist, wo wir entweder keine Fotografen vor Ort haben. Da ist es sehr von Vorteil, wenn man Bildmaterial von Usern, von Bürgern, von Menschen bekommt, die vor Ort sind und Fotomaterial zur Verfügung stellen, sei es gratis oder verkauft zur Verfügung stellen. Das ist jetzt einmal national der Vorteil. Der Vorteil international ist eigentlich ähnlich. Da geht es auch darum, dass wenn irgendwo irgendetwas passiert, dann sind die Medien nicht überall vor Ort, sondern die Bürger, Bürgerjournalisten sind vor Ort und stellen Fotos auf Twitter und auf die sozialen Netzwerke. Da versuchen wir – da gehen wir sehr vorsichtig mit den Fotos um, die jetzt zum Beispiel auf Twitter sind. Wir versuchen das sehr, sehr genau zu checken, ob das tatsächlich ein Foto ist, das in diesem Zusammenhang gemacht worden ist. Wir haben mit einem Tool gearbeitet bis vor kurzem bis vor kurzem auch immer noch teilweise, das heißt „Storyfull“. „Storyfull“ ist ein Startup, die so Fotos und Videos von sozialen Netzwerken gegen checken und auch mit den Urhebern in Kontakt treten.
- CS: „Storyfull“ heißt das?
- RS: Ja, „Storyfull“. Da kann man dann genauer nachvollziehen, wenn ein Foto, sozusagen, wenn die Rechte geklärt sind. Und da ist es dann leichter, dieses Foto zu verwenden, wenn man sich sicher ist, dass einerseits die Rechte geklärt sind und andererseits dieses Foto im Zusammenhang mit einer Geschichte passiert oder gemacht worden ist. Ja, das sind sozusagen die Vorteile. Und der große Vorteil ist, dass die Welt durch die Bürgerjournalisten sehr viel genauer beobachtet wird als durch die Journalisten beobachtet werden kann, weil nicht jeder so ein breites Korrespondentennetz und schon gar kein Fotografennetz aufbauen kann. Und die Nachteile sind eben – das ist, glaube ich, eher international das Problem – dass die sozialen Netzwerke zugemüllt werden mit Fotos, die oft, die nicht vom Urheber kommen, sondern weiter gestohlen werden, weiter verbreitet werden und wo es auch – es kommt auch oft vor, dass wenn irgendein Ereignis gibt, dass behauptet wird, das ist ein Foto von dem Ereignis, was sich aber dann als falsches Foto entpuppt. Und da muss man sehr, sehr vorsichtig sein, sehr viel Erfahrung auch haben, um zu erkennen, ob das jetzt eine vertrauenswürdige Quelle ist oder ob das jetzt ein falsches Foto ist. Das sind sozusagen die Nachteile. Aber ich glaube, es ist in Summe ein Vorteil, mehr Möglichkeiten zu haben, hinzuschauen auf die Gebiete wo man vorher nicht über das Foto hinschauen hat können. Das gilt genauso für Video wie für Foto.
- CS: Sie haben ja jetzt viele Punkte schon angesprochen: Einmal das Urheberrecht kann problematisch sein, die Transparenz kann problematisch sein, wenn es sich zum zehnten Mal irgendwo verbreiten. Die Frage, die sich für mich jetzt anschließen würde, ist: gibt es denn besondere Richtlinien im Umgang mit Amateuraufnahmen im Vergleich jetzt zu professionellen Fotografien?
- RS: Die Richtlinien, na ja, wenn man es jetzt auf die Qualität beschränkt, dann nimmt man schon eine vermeintlich schlechtere Qualität in Kauf, was Amateuraufnahmen unter Anführungsstrichen betrifft. Aber ich glaube, dass sich das im Laufe der letzten, der vergangenen – ich weiß nicht –des vergangenen Jahrzehnts mittlerweile etabliert hat, dass solche Aufnahmen auch veröffentlicht werden können, obwohl sie eine schlechtere Qualität haben. Es geht da um die Zusatzinformation über das Bild und ob das jetzt perfekt ist vom Fototechnischen her, ist, glau-

be ich, mittlerweile zweitrangig. Das hat sich, glaube ich, auch durch Youtube sehr befördert. Es hat sich eine schlechtere Videoqualität – ist sozusagen Mainstream geworden und ist nicht mehr so das große Problem, wie es vielleicht früher gewesen ist, wo man in den Medien nur die perfekte Bildqualität abgebildet hat. Ja und sonst, Richtlinien gibt es bei der Qualität – wenn es noch halbwegs vertretbar ist, dann ist die Qualität, glaube ich, nicht mehr so der Maßstab, sondern bei den Richtlinien sind es eher die Nutzerrechte, die sehr wichtig sind und man muss abklären, ob man jetzt dieses Foto auch verwenden kann und darf. Das ist ganz wichtig.

CS: Das heißt, da ist der Standard sehr genau?

RS: Da sind wir sehr genau, auch befördert durch – also, wenn man da Fehler macht heutzutage, das kostet Geld und das kann auch sehr stark ins Geld gehen. Und das ist nicht der einzige Grund, also wir haben ja auch eine Fotoredaktion und wir haben... Ich bin ja der Meinung, dass wenn jemand ein Foto macht, dann hat er das auch verdient, wenn dieses Foto irgendwo verwendet wird, dass sich die jeweiligen Medien mit dieser Person in Verbindung setzen und dann abklärt, zu welchen Konditionen man die Veröffentlichung macht.

CS: Sie haben eigentlich schon selbst mehr oder weniger zu meiner nächsten Frage auch übergeleitet. Welche Kriterien müssen denn Amateuraufnahmen erfüllen, um in der Berichterstattung verwendet werden zu können. Sie haben schon gesagt, bei der Professionalität werden dann auch schon mal Abstriche gemacht. Aber was muss jetzt eine Amateuraufnahme haben, damit es verwendet wird. Gibt es da auch so etwas wie Nachrichtenfaktoren, was es haben muss?

RS: Na, es muss eine gewisse Exklusivität haben, glaube ich. Und diese Exklusivität ist auch gegeben, dadurch dass man eben – dass die Menschen, die das Foto gemacht haben, als einzige bei dieser Situation oder einer der wenigen Menschen waren, die bei dieser Situation dabei gewesen sind. Und je exklusiver das ist, umso eher wird es dann natürlich verwendet. Und umso mehr muss man dann auch Abstriche machen, was die Qualität betrifft, weil, wenn es nur ein Foto gibt von einem Hauseinsturz oder so. Ich kann mich erinnern, vor ein paar Monaten ist in Wien ein Haus eingestürzt.

CS: War das im 15. oder so? Äußere Mariahilferstraße.

RS: Genau. Und da hat es nur ein Twitterfoto gegeben und das war das einzige für eine längere Zeit. Und das war auch nicht besonders das Foto, aber das war dann halt der einzige Bildbeleg für dieses Ereignis. Ja.

CS: Da ist dann aber sicher auch noch einmal ein Unterschied zwischen Online und Print, könnte ich mir vorstellen, was die Qualität betrifft.

RS: Na, Print ist das Problem, sage ich jetzt einmal, dass – durch den Druck gibt es sehr viel höhere Vorgaben, was ein Foto, was die Qualität betrifft und da scheiden dann einige Fotos aus, weil sie über den Druck dann einfach nicht mehr erkennbar sind. Weil sie für online zwar ausreichend sind für die Bildschirme und vor allem für die kleineren Handys, aber für die gedruckte Ausgabe dann eigentlich nicht verwendbar sind. Und da gibt es dann halt Unterschiede. Aber da gibt es schon auch Mittel und Wege, wie man dann – also da nimmt man dann halt Kontakt auf, wenn es irgendwie möglich ist, um noch ein besseres Foto zu finden, wenn es eines gibt.

CS: Mit einer höheren Auflösung.

RS: Genau.

CS: Ein Problem ist ja immer – Sie haben es auch schon gesagt – die Urheberrechtslage. Und mich würde auch interessieren, wie denn diese Amateuraufnahmen eigentlich auf ihre Echtheit hin überprüft werden und auf ihre Authentizität hin?

RS: Na eben – also sehr hilfreich ist dieses „Storyfull“-Tool, wo es – also da gibt es eine Redaktion, die wirklich Kontakt aufnimmt mit den jeweiligen Urhebern und dann abklärt, ob das verwendet werden kann oder nicht. Und wir versuchen auch, wenn es Fotos über Twitter gibt, das wir – die Social Media Managerin macht das, die kontaktiert dann auch die Menschen, die die Fotos getwittert haben. Wenn wir das Foto als reines Foto verwenden. Wenn wir das Foto innerhalb eines Tweets einbauchen, dann ist es, glaube ich, dann kann man das auch ohne Rücksprache verwenden, wenn man den Tweet runderheum quasi zitiert, diesen Tweet wo man dann auch das Foto drinnen sieht.

CS: Und da ist dann daneben ja auch erkennbar, wer das getwittert hat.

RS: Genau. Da ist dann auch der Urheber erkennbar. Und das machen wir vor allem dann, wenn man erkennt, dass der Urheber ein Interesse hatte, dieses Foto zu veröffentlichen über Twitter. Es ist ja über Twitter sowieso öffentlich und das ist dann ein Zitat von der Veröffentlichung. Nur wenn wir dann das nackte Foto verwenden, dann versuchen wir schon Rücksprache zu halten.

- CS: Wenn ich jetzt daran denke, dass jetzt mittlerweile auch mit Photoshop und anderen Programmen eigentlich einfachste Bildbearbeitungsprogramme gibt, die auch jeder Laie vielleicht bedienen kann – ich bin jetzt auch kein Profi, aber dass ich jetzt Bilder ein bisschen bearbeite, zuschneide kriege ich auch noch hin. Ist es denn überhaupt möglich nachträglich an einem Bild zu erkennen, ob das jetzt irgendwie manipuliert oder bearbeitet wurde, wenn jetzt nicht gerade das Original auftaucht?
- RS: Na, ich bin kein Photoshop-Experte, aber ich weiß, dass Photoshop Informationen hinterlässt bei Bildern. Und man kann das, wenn man sich auskennt, kann man das schon nachvollziehen, ob das Bild jetzt bearbeitet wurde oder nicht. Ja, ich glaube, man kann es auch vermutlich auch vertuschen. Ich glaube, da gibt es irgendwie die Möglichkeit dieses Informationen rauszulöschen aus dem Foto, wenn man es speichert. Aber wenn man geschickt ist, dann findet man das schon heraus, wenn es bearbeitet worden ist. Und ich glaube auch irgendwelche Experten bei uns im Haus könnten das.
- CS: Die sind da auch bewandert. *[lacht]* Spielt es denn eine Rolle, auf welchem Weg die Bilder in die Redaktionen gelangen? Also ob es jetzt über eine Agentur kommt oder ob es auf direktem Weg irgendwie in die Redaktion gelangt. Spielt es dafür eine Rolle, wie kritisch man das Bild dann auch noch mal hinterfragt?
- RS: Hm *[zögert]*, na ich glaube, dass man bei Twitter schon noch kritischer ist oder stärker hinterfragt, woher dieses Foto kommt. Bei den Nachrichten-Agenturen hat man ein höheres Vertrauen, weil man seit Jahren zusammenarbeitet und weil es da so eine Vorselektion gibt von den Experten der Agentur. Und deswegen kann man da durchaus Vertrauen haben, wobei es auch manchmal zu Fehlern kommt und man muss halt auch aufpassen, dass man – vor allem, wenn es um Kriegsgebiete geht – dass man da keine Propaganda-Fotos übernimmt, die extra zu Propagandazwecken gemacht worden sind. Da können die Agenturen auch nichts dafür. Man muss da als Medium erkennen, dass das Foto kein authentisches Foto ist, sondern ein Foto, das eine Situation nur nachspielt oder falsch nachspielt, die es in dieser Form nicht gibt oder gegeben hat. Also man sollte, glaube ich, immer einen gewissen Grad an Skepsis haben, was Fotos betrifft. Auch was die Auswahl betrifft, welches Bild man tatsächlich dann herzeigen möchte oder nicht.
- CS: Sie haben es gerade auch schon angesprochen: Es gibt ja auch das Problem dass man, gerade wenn es jetzt auch um Krisen- oder Kriegsgebiete geht, auch nicht wirklich nachvollziehen kann, ob es sich jetzt eine gestellte Szene ist oder nicht. Also das Problem ist ja auch immer gegeben. Und da wäre meine Frage: Wenn es jetzt Bilder gibt, wo man mal wirklich nicht klar feststellen konnte, ist das jetzt wirklich authentisch oder nicht, wird es dann möglicherweise, wenn es eben diese Exklusivität hat, trotzdem gebracht und diese Quellenlage und der Zustand, dass man es einfach nicht 100%ig prüfen konnte einfach transparent gemacht oder wird es dann beim Standard eher zurückgehalten und nicht gebracht?
- RS: Na, bei uns eher zurückgehalten. Aber es kann schon vorkommen, dass es gebracht wird unter bestimmten Umständen. Wenn es wirklich eine Situation ist, wo man auch das Foto braucht sozusagen. Aber wenn wir es dann verwenden, dann schreiben wird schon dazu, dass wir es nicht verifizieren konnten, dass es tatsächlich das zeigt, was es zeigen soll. Wo wir extrem zurückhaltend sind oder auch gar nichts herzeigen wollen, ist bei den ganzen Terror-Propaganda-Fotos. Also die zeigen wir nicht her. Keine Ahnung, die ganzen Köpfungen und so – da passieren manchmal Fehler, weil vielleicht die Absprache nicht lückenlos war, dass der Frühdienst nicht wusste, dass er es nicht verwenden soll oder so. Aber im Grunde zeigen wir die Fotos nicht her, die Propaganda weiterverbreiten sollen. Und da sind wir eigentlich sehr strikt, was das betrifft.
- CS: Welche Rolle spielt denn der Konkurrenzdruck oder, wenn ich jetzt natürlich an online denke, auch der Zeitdruck – weil online ja noch einen größeren Zeitdruck hat?
- RS: Na, der Konkurrenzdruck ist, was die Fotos betrifft, nicht so stark, weil wir es auch nicht als Konkurrenz sehen, wenn andere Zeitungen zum Beispiel die Terror-Fotos veröffentlichen. Da sehen wir das eher als Qualitätsmerkmal von unserer Seite kein Foto herzuzeigen. Der Zeitdruck ist natürlich ein Faktor, weil man, wenn man zum Beispiel einen Liveticker hat zu so einer heiklen Situation, dann ist es schon – dann muss man in kürzester Zeit entscheiden, ob man jetzt ein Foto zeigt oder nicht. Aber da haben wir, glaube ich, ein – unsere Qualitätssicherung ist da, glaube ich, schon so stark beziehungsweise die Erfahrung der Mitarbeiter ist so groß, dass wir sehr wenige Fehler machen. Also Fehler passieren, glaube ich, schon, wie in jeder Redaktion,

- aber die sind eher die Ausnahme, würde ich sagen. Und wenn ein Fehler passiert, dann sind wir auch bemüht, das wieder gut zu machen, transparent und zu entschuldigen, wenn es sein muss.
- CS: Sie sprechen jetzt eigentlich schon meine übernächste Frage an, eben wie dann bei fehlerhafter Berichterstattung eben reagiert wird, wenn jetzt zum Beispiel man ein Bild gebracht hat, wo sich jetzt im Nachhinein dann wirklich rausstellt, das war jetzt eine Aufnahme, die ist tatsächlich manipuliert worden, ist möglicherweise nicht authentisch. Wie erfolgt dann eine etwaige Richtigstellung.
- RS: Es gibt verschiedene Wege. Im Print gibt es ein „Erratum“, das wir regelmäßig machen, wo sozusagen die Fehler der vergangenen Zeit gesammelt werden und die werden dann transparent richtig gestellt. Bei Online ist es so, dass wir, wenn ein Fehler passiert, schreiben wir entweder beim Artikel dann ein Update dazu, dass dieser Fehler passiert ist. Oft ist es so, dass man nicht nur im eigenen Forum kritisiert wird, wo man dann auch antworten muss, dass man das jetzt ausgebessert hat, sondern man muss auch über Social Media sich dazu bekennen, dass das ein Fehler war und erklären, was da passiert ist und wie man das jetzt wieder gut macht sozusagen. Passiert was Fotos betrifft zum Glück relativ selten. Also eigentlich ziemlich selten.
- CS: Ich bin auch wirklich – ich habe ja auch im Vorfeld natürlich recherchiert – ich bin beim Standard auf keinen Fall gestoßen, wo es tatsächlich mal war, das der Standard auch mal auf eine Manipulation reingefallen wäre. Ist zum Beispiel einer Presse schon passiert.
- RS: Welche Manipulation?
- CS: Ich weiß nicht, haben Sie das mitbekommen? Das war letzte Jahr, als die Olympischen Winterspielen in Sochi waren. Da ist ein Video aufgetaucht von einer Sportlerin, das hat sie auf Twitter gepostet und auf Youtube von wegen „Wolf im Olympischen Dorf“. Und das war ein Video, das sie aus ihrem Zimmer rausfilmt durch den Türspalt und durch den Gang geht ein Wolf.
- RS: Und das war ein Fake Video?
- CS: Das war ein Fake.
- RS: Genau.
- CS: Da haben sie den Gang nachgebaut und nachträglich den Wolf reingebaut.
- RS: Na ja, wir haben vielleicht den Vorteil, wir haben eine starke Online-Redaktion im Vergleich zur Presse. Das soll nicht arrogant wirken, aber es ist so. Und wir haben auch mehr Mitarbeiter und die hängen den ganzen Tag auf Twitter und auf Facebook und wenn irgendein Video aufpoppt, dann poppt ja in der Sekunde auf, dass das ein Fake-Video ist. Und bei uns ist eben die Wahrscheinlichkeit höher, dass wir schneller erkennen, dass das ein Fake-Video ist als bei den Kollegen der Presse in dem Fall. Die wahrscheinlich auch nicht täglich Fehler machen.
- CS: Nein. Aber man ist dann doch nie gefeit davor, sage ich mal.
- RS: Genau.
- CS: Wie ist denn Ihre Einschätzung: Wie machen es denn die anderen? Also wie ist da der Umgang mit den Bildern?
- RS: Geht es jetzt nur um Fotos oder um Videos oder insgesamt um Bilder?
- CS: Insgesamt, wie es da mit der Sorgfalt aussieht.
- RS: Na ja, ziemlichen Schindluder treiben diese – wie nennt man das – Zeitungen? Nein! – diese Dinge, die in der U-Bahn liegen. Die haben ja auch offenbar ein hohes Budget, was Klagen betrifft. Denen ist das alles völlig egal, was sie tun und da passieren ja Dinge wie: Irgendeine Person tut irgendwas, dann wird auf Facebook geschaut, dann wird das erstbeste Foto gedruckt und das war aber dann nicht die Person, die dann da in der Geschichte vorkommt, sondern eine andere Person. Es hat, weiß ich nicht, das war, glaube ich, vor drei Jahren mal ein Fall. Und das passiert aber ständig in diesen Produkten, die in der U-Bahn herumliegen und im Altpapier oft landen. Und ja, das ist ziemlich skandalös: Es ist unjournalistisch, es zeigt keinen Respekt vor den Personen, die in den Artikeln vorkommen, es ist eine ständige Urheberrechtsverletzung. Und diese Produkte landen zu Recht im Altpapier und sollten eigentlich besser vielleicht gar nicht so verteilt werden, wie sie verteilt werden.
- CS: Sie haben es gerade eh schon angesprochen, dass es mit der Sorgfalt so ein bisschen hapert und dass einfach alles gebracht wird. Wie ist denn da Ihre Einschätzung, wenn man jetzt einmal bedenkt, dass ein Bild oftmals auch mehr sagt als 1000 Worte, wäre da eigentlich doppelte Vorsicht geboten, also bevor man ein Bild bringt und das dann gegebenenfalls richtig stellen muss im Nachhinein?

- RS: Hm... *[zögert]* Ja. Also wir versuchen ja wirklich bei der Auswahl sehr vorsichtig zu sein und auch was Fotos von Usern betrifft, versuchen wir das uns sehr genau zu überlegen, was wir jetzt genau verwenden.
- CS: Ich habe eine Frage jetzt übersprungen, die würde ich aber jetzt noch gerne stellen. Wie kennzeichnet denn der Online Standard nicht professionelle Aufnahmen? Also werden die irgendwie mit einem Hinweis versehen, wie auch immer?
- RS: Na, unterschiedlich. Wenn da der Urheber seinen Namen genannt haben möchte, dann schreiben wir den Namen. Wenn er oder sie den Namen nicht genannt haben möchte, schreiben wir oft „privat“ dazu als Abkürzung. Und ja, je nachdem ob... Den Credit klärt man dann oft mit der jeweiligen Person ab.
- CS: Und hinsichtlich der Quellenlage haben Sie schon gesagt, wenn man sich jetzt nicht 100%ig sicher ist, ob das jetzt wirklich authentisch, da haben sie schon gesagt, wird auch vermerkt, dass das nicht verifiziert werden konnte. Würde man das dann eher im Fließtext finden oder direkt beim Bild in der Bildunterschrift.
- RS: Na, in der Bildunterschrift würde das dann stehen. Oder wir können es – draußen gibt es keine Möglichkeit, aber in der Bildunterschrift kann man es dazuschreiben. Aber das kommt so selten vor, dass – bei Kriegsberichterstattung machen wir manchmal so eine allgemeine – so einen Teaser in eigener Sache, wo wir grundsätzlich schreiben, dass wir nicht zu 100% verifizieren können, ob jetzt einerseits die Nachrichten, die wir aus dem Kriegsgebiet bekommen und die Fotos tatsächlich zu 100% stimmen. Wir schreiben halt immer sehr genau die Quellen hin, damit wir damit belegen, wer das jetzt sozusagen behaupten, was da gesagt wird. Ja.
- CS: Damit bin ich mit meinen großen Fragen eigentlich schon am Ende. zum Abschluss würde ich sie dann noch gerne um zwei persönliche Einschätzungen einfach bitten. Wenn sie jetzt an die fehlende Professionalisierung bei Amateuraufnahmen denken und womöglich fehlende Transparenz: Wirkt sich das Ihrer Meinung nach auf Dauer, wenn es jetzt der Trend ist, dass es immer mehr verwendet wird auch, wirkt es sich auf Dauer auf die Journalistische Qualität auch aus?
- RS: Die schlechtere Fotoqualität? *[überlegt]* Glaube ich bei Qualitätsmedien nicht. Weil Qualitätsmedien sozusagen Methoden entwickeln, um die Fotos zu verwenden, die dem Qualitätsprodukt sozusagen zusätzliche Qualität oder die gleiche Qualität liefern. Und bei Qualität geht es aber, glaube ich, nicht, wie vorher schon gesagt, um die optische Top-Fotoqualität, sondern um den Inhalt des Fotos. Ich glaube auch, dass auch die optische Top-Qualität immer besser wird, weil, mit jedem Mini-Handy kann man schon sehr, sehr tolle Fotos machen. Da gibt es, glaube ich, auch keine Abstriche. Es gibt halt schlechtere Winkel oder so aber von der Pixelgröße und so ist ja jetzt alles schon in Top-Qualität. Und die zweite Frage habe ich jetzt vergessen.
- CS: Bei fehlender Transparenz möglicherweise. Haben sie eh schon angesprochen.
- RS: Na ja, die fehlende Transparenz ist schon ein Problem, damit muss man sich auseinandersetzen. Da muss man Tools entwickeln, man muss sehr genau jedes Foto hinterfragen. Mittlerweile gibt es so Dinge wie „Storyfull“, die sich drum kümmern, diese Transparenz zu beschaffen. Ich glaube, dass das – es wird zwar schwieriger, je mehr Fotos es gibt, aber es wird, glaube ich, nicht schlechter, sondern eher spannender, weil man mehr von dem Mosaik der Geschehnisse weltweit kriegt, man hat mehr Steinchen und man hat mehr Auswahl durch die vielen Fotos, die gemacht werden.
- CS: Das heißt man könnte, wenn das Qualitätsmanagement im Hintergrund stimmt, einfach sagen, dass man auch einen Mehrwert einfach daraus ziehen kann.
- RS: Sicher.
- CS: Und ja, allerletzte Frage: Wenn man jetzt daran denkt, dass sich sowieso eigentlich nur noch wenige Medien Bildredaktionen oder größere Bildredaktionen leisten können, wie ist Ihre Einschätzung: Verdrängt diese Entwicklung auf Dauer wirklich diese Profession des professionellen Pressefotografen? Oder wo verlagert sich das möglicherweise hin?
- RS: Na ich glaube, dass das Problem, dass die Redaktionen immer kleiner werden, ist nicht nur auf die Fotoredaktionen leider beschränkt. Das ist grundsätzlich eine Medienkrise, wenn es man so bezeichnen will. Ich glaube aber, dass eine Fotoredaktion nach wie vor sehr wichtig ist. Weil, wenn man davon ausgeht, dass sich vieles vom Print ins Digitale bewegt und im Digitalen das Bild so ein wichtiger Faktor ist, dass die User in den Artikel reingehen. Da gibt es die Faktoren des Titels, des Untertitels und des Bildes. Und wenn dieses Bild gut ist und zum Reinklicken verleitet, dann gewinnt man als Medium dadurch. Und das, glaube ich, kann eine Fotoredaktion – ich weiß nicht, ob es eine große Fotoredaktion sein muss – aber es muss, glaube ich, in der Re-

daktion Experten geben, die wissen was ein gutes Foto ist und was ein schlechtes Foto ist. Und die auch gute Fotos machen können, sehr gute Fotos machen können. Das ist schon – wenn man jetzt ein Interview – oft erlebt, wenn man ein Interview macht mit einer wichtigen Person und man nimmt die Kamera vielleicht mit und macht ein handgestricktes Foto, dann schaut das dementsprechend anders aus als man nimmt einen Fotografen mit wie zum Beispiel den Matthias Cremer, der sein ganzes Leben damit verbracht hat, sich mit Lichtverhältnissen, mit diversen Verhältnissen zu beschäftigen, dann gewinnt dieses Interview um Längen. Also es wird, auch wenn der Interviewpartner nichts daherredet, ist das einfach schöner und man hat die schönere Geschichte. Und deswegen hoffe ich, dass sich diese Profession weiter hält, wobei es wahrscheinlich in Zukunft... Es gibt neue Möglichkeiten, es gibt neue Dinge, die man lernen muss. Eben wie checke ich die Quelle jetzt auf Twitter. Das wird wahrscheinlich für die Fotoredaktionen wichtiger werden. Video wird auch für Fotografen wahrscheinlich wichtiger werden, weil es einfach so einfach ist, auch ein Video ist, wenn man auf irgendeinem Termin ist. Das passiert aktuell bei uns schon, dass die – zumindest ein Fotograf – sich sehr viel mehr mit Video beschäftigt. Ich glaube, es wird sich was ändern, aber grundsätzlich halte ich die professionelle Fotografie nach wie vor für sehr wichtig.

CS: Ist also noch nicht am Aussterben

RS: *[lacht]* Nein, also glaube ich nicht.

CS: Ja, dann bin ich eigentlich am Ende. Gibt es noch was, was Sie vielleicht noch ergänzend loswerden möchten.

RS: Na, ich glaube, es ist ein – die Mischung macht es aus den professionellen Fotos und aus den nicht-professionellen Fotos – ist es gut – die Zeitungen oder die Medien müssen es – haben die Aufgabe da eine ideale Mischung zu finden, damit man mit Fotos und Videos einen Mehrwert zur Geschichte erzielen kann. Das ist das Wichtigste, glaube ich. Ob schön oder nicht schön das entscheiden dann sowieso die Leser oder User. Gut.

CS: Dann danke ich Ihnen ganz herzlich für Ihre Zeit und Ihre Unterstützung.

RS: Gerne.

Interview mit Anonym 2 (A2)

Videoredakteur bei *kurier.at*

Transkriptionskürzel des Interviewten: A2

Transkriptionskürzel der Interviewerin: CS

- CS: Ich habe es ja eh schon in der E-Mail geschrieben. Ich beschäftige mich in meiner Magisterarbeit mit dem Umgang von Bildredakteuren oder Redakteuren allgemein mit digitalen Amateuraufnahmen, weil einfach seit einigen Jahren der Trend zu beobachten ist, dass auch immer öfter Bilder aus Digitalkameras und Handykameras in der Berichterstattung auftauchen. Frage zum Einstieg: Welche Vorteile und welche Nachteile haben denn Journalisten grundsätzlich durch die Amateuraufnahmen?
- A2: Ja, die Vorteile sind ganz klar: Es geht viel schneller, als wenn man selber was machen würde. Und das ist das Wichtigste.
- CS: Also ein Zeitfaktor?
- A2: Das Online-Business ist einfach so irrsinnig schnell und wenn man etwas ein paar Stunden später bringt, dann ist das ein alter Hut. Also, es geht einfach irrsinnig schnell. Wenn man es zur Verfügung gestellt bekommt, dann nehmen wir es natürlich. Aber der große Vorteil ist einfach, dass es schnell ist.
- CS: Gerade auch für online, natürlich.
- A2: Und Nachteil... ich würde... keine Ahnung. Was hat es für Nachteile? Ich seh... würden mir jetzt keine einfallen, Nachteile. Ich weiß nicht.... Bildqualität, das ist mittlerweile so gewohnt schon, dass es kaum einen Unterschied macht. Der Inhalt ist das Wichtigste und wie es aussieht, ist im Grunde egal.
- CS: Das heißt, da hat sich auch was gewandelt?
- A2: Ja, also ich selber finde es traurig, aber es ist schon so normal, dass jeder mit dem Handy irgendwas mitfilmt, dass es auf die Qualität des Bildes an sich nicht mehr ankommt, sondern nur mehr auf den Inhalt. Aber, es ist ok – habe ich mittlerweile eingesehen.
- CS: Und gibt es denn im Vergleich zu professionellen Aufnahmen besondere Richtlinien zum Umgang mit Amateuraufnahmen?
- A2: Umgang inwiefern? In der Verwendung, dann? In der Endverwendung?
- CS: In der Verwendung, was vielleicht das Urheberrecht betrifft, das Copyright betrifft, die Prüfung betrifft?
- A2: Es ist halt immer die Frage, wo es herkommt. Meistens ist es so, dass mittlerweile irgendwer irgendwas filmt, stellt es auf Youtube und dann kommt eine Agentur und sichert sich die Rechte dran und die verkaufen es dann an die Medienhäuser weiter. Und wir haben auch so einen Agenturvertrag und dort bekommen wir dann auch diese Aufnahmen, die sie dort kaufen, die bekommen wir über die Agentur.
- CS: Darf ich fragen, was das für eine Agentur ist?
- A2: Das ist zum Beispiel „Zoomin“, so heißt das. Unter zoomin.tv kannst du das finden. Genau, das ist so eine deutsche Agentur, die sich irgendwie versucht alle Rechte zu sichern an Amateuraufnahmen und die werden dann weiter redaktionell verarbeitet. An denen dürfen wir dann auch nichts ändern, da haben die dann ihre Rechte drauf. Das müssen wir dann so nehmen, wie sie es bringen.
- CS: Das heißt, ihr kriegt dann die Rechte auch nur für die Verwendung in dem Zusammenhang, in dem ihr das jetzt bringen wollt?
- A2: Genau.
- CS: Wenn du sagst, es kommt fast alles über die Agentur, gehe ich davon aus...
- A2: Es wird uns auch angeboten, ganz klar. Es kommt nicht so oft vor, aber zum Beispiel war jetzt vor ein paar Tagen ein Fotograf, der hat – ich weiß jetzt nicht mehr, was war – der hat uns angeboten, er hat das und das gefilmt und er würde uns das verkaufen. Wenn es wirklich jetzt... keine Ahnung, wenn der 43er entgleist ist und er hat das aufgenommen, dann würden wir es, glaube ich, auch kaufen. Also es ist schon vorgekommen, dass wir Amateuraufnahmen auch abgekauft haben, aber es ist nicht die Regel.
- CS: Also nicht direkt, dass es direkt...?

- A2: Nein, aber es wird auch angeboten. Also wenn wir irgendwas Lokales im Umkreis von Wien passiert ist und wir finden Aufnahmen davon, dann versuchen wir halt herauszufinden, von dem das kommt und sprechen den auch an und versuchen, herauszufinden, wer das war. Und dann fragen wir auch direkt nach, ob wir das haben und verwenden können. Immer mit Quellenangabe natürlich.
- CS: Der wird dann auch sozusagen behandelt wie ein professioneller Fotograf, was dann ein Honorar betreffe?
- A2: Das kommt darauf an. Wenn es uns wer anbietet, dann will er meistens ein Geld, aber wenn wir nachfragen, dann kommt es ganz darauf an. Also... da gibt es ein handelsübliches Honorar zwischen 200 und 300 Euro, sag ich einmal.
- CS: Welche Kriterien müssen Amateuraufnahmen denn erfüllen, um in der Berichterstattung verwendet werden zu können? Du hast schon gesagt, die Qualität spielt nicht mehr so eine große Rolle. Was muss ein Bild haben oder ein Video haben, in deinem Fall jetzt, dass ihr es verwendet?
- A2: Man muss sehen, was passiert. Was soll ich sagen dazu? *[überlegt]* Es kommt auf den Inhalt natürlich an.
- CS: Gibt es da auch so was wie – wenn man jetzt vom Wortjournalismus spricht, hat man ja immer gerne diese berühmten Nachrichtenfaktoren – gibt es so was auch für Bilder, dass man sagt, das muss es wirklich haben, damit wir jetzt auf die Amateuraufnahme zurückgreifen?
- A2: Hm... *[überlegt]* Nein! *[lacht]* Wie soll ich das ausdrücken? *[überlegt]* Also, wir sind zwei Leute. Wir versuchen, alles, was lokal passiert, selber zu drehen. Alles was wir drehen können, versuchen wir natürlich selber zu machen. Und Kriterien... *[überlegt]* Mittlerweile, ich würde sagen... *[überlegt]* Mir würden keine einfallen. Mir würde nicht einfallen, wann ich sag, das kann man so nicht verwenden, wenn man nur die Füße sieht. Keine Ahnung, also.
- CS: Das heißt also, wie du eingangs schon gesagt hast, die Schnelligkeit spielt eine Rolle, weil das Material dann einfach asap da ist.
- A2: Genau, richtig.
- CS: Qualität ist eher zweitrangig, auch die fehlende Professionalisierung ist dann eher...
- A2: Die ist zweitrangig. Auf jeden Fall, ja. Es geht darum, dass man schnell was hat, ja.
- CS: Genau. Und du hast gesagt: Wenn es geht, dreht ihr es natürlich gerne selber.
- A2: Wenn es geht natürlich immer. Also wenn es geht natürlich, drehen wir es immer selber.
- CS: Aber dann ist es auch irgendwo mit der Schnelligkeit ein bisschen eine Ressourcen-Frage, oder?
- A2: Ja, natürlich. Es ist natürlich eine Ressourcen-Frage. Ja, klar.
- CS: Wenn man bedenkt, ihr seid nur zu zweit für den gesamten Kurier.
- A2: Ja, ja, ist halt so. *[lacht]* Außerhalb von Wien machen wir eh wenig. Also, wenn irgendwas außerhalb von Wien ist, machen wir kaum was. Also, wir bleiben schon lokal.
- CS: Du hast es auch schon angesprochen mit der Agentur. Die nächste Frage wäre auch noch einmal, wie denn dieses Bildmaterial auf seine Echtheit hin überprüft wird und auf die Authentizität? Also wenn es über die Agentur kommt, klar. Ist es dann für euch sozusagen erledigt oder...
- A2: Nein, nein, natürlich. Wir recherchieren einfach. Man muss schon immer nachrecherchieren, vor allem, wenn es aus dem Ausland kommt, muss man auf jeden Fall nachrecherchieren. Wir haben viele Quellen, wo wir nachschauen können. Wir vergleichen natürlich auch Berichterstattungen, andere Berichterstattungen. Das muss man eben auch.
- CS: Und wenn man jetzt daran denkt, dass es ja auch einfachste Bildbearbeitungsprogramme mittlerweile gibt, wie Photoshop. da bin ich jetzt auch nicht unbedingt ein Nerd, aber dass ich jetzt ein Bild zuschneide, irgendwas wegschneide...
- A2: Ist Video-mäßig schwer!
- CS: Video-mäßig schwer, das stimmt. Allerdings, was für mich jetzt beim Video auch eine Rolle spielt – das gilt für ein Bild natürlich auch: Wie sieht es denn mit gestellten Szenen aus?
- A2: Gestellte Szenen... *[überlegt]*
- CS: Ist vielleicht eine schwierige Frage, weil immer die Frage ist: Ab wann ist überhaupt schon eine Szene gestellt.
- A2: Ja, ja, hm, ich überlege, ob wir jemals so was verwendet haben, was dahin kommt. *[überlegt]* Hast du irgendein Beispiel für...?
- CS: Ich bin zum Beispiel – gab es nicht einmal vor einigen Jahren aus einem Kriegs- bzw. Krisengebiet – ich weiß nicht mehr, ob es Irak, Iran, Syrien oder Afghanistan war, das weiß ich jetzt

- nicht mehr genau – irgendein Video aufgetaucht, wo angeblich bei irgendeinem Angriff der USA zwei Kinder auch getötet wurde. Da gab es dann einen Trauerzug.
- A2: So was bringen wir sowieso nicht. Wenn es um Tote und Kinder geht, das bringen wir nicht.
- CS: Ok. Und einige Wochen später, meine ich, wären die Rohdaten von dem Film aufgetaucht und da sieht man dann eben, wie die Kinder später von der Bahre hüpfen und es geht ihnen wunderbar.
- A2: Ok, nein, so was das geht nach Blattlinie. Also, also, alles was mit Kindern und Toten und Krieg zu tun hat, machen wir im Video nicht.
- CS: Da seid ihr also auch streng.
- A2: Das ist ganz strikt und das halten wir auch so ein.
- CS: Du hast auch schon angesprochen: Spielt bei der Überprüfung eine Rolle, auf welchem Weg jetzt dieses Amateurmateriale bei euch landet? Ist man, wenn es jetzt über die Agentur kommt, vielleicht schon einmal schon ein bisschen abgesichert?
- A2: Es ist rechtlich auf jeden Fall schon einmal abgesichert, von unserer Seite. Aber inhaltsmäßig kommt es auch vor, dass sie Fehler machen. Dann müssen wir es halt wieder runter nehmen. Aber richtig überprüfen tun wir es inhaltlich und wenn es inhaltlich falsch ist, bringen wir es natürlich nicht. Aber wir müssen das immer. Auch die Videos, die von der Agentur kommen, da passiert es einfach, dass es inhaltlich einfach falsch ist. Dann können wir es nicht ändern, weil wir dürfen es ja nicht bearbeiten, weil wir müssen es ja 1:1 übernehmen und dann bringen wir es nicht. Und sonst – was war die Frage? [lacht]
- CS: Na ja, wenn es jetzt zum Beispiel direkt von einem Fotograf ein Video oder ein Foto kommt?
- A2: Wie das überprüft wird?
- CS: Ja, also ob das einen Unterschied macht – du hast es eh auch schon angesprochen – dass man dann natürlich auch noch erstens das Urheberrecht klären muss und ob man dann misstrauischer ist, was die Echtheit betrifft?
- A2: Wenn Zweifel bestehen, dann wird das mit mehreren Leuten angeschaut und diskutiert, auf jeden Fall.

[Gespräch wird kurz unterbrochen]

- CS: Wo war ich jetzt? Genau. Du hast es auch schon angesprochen: wenn jetzt eine Unsicherheit besteht, ob das echt ist oder nicht...
- A2: Dann entscheidet der Chefredakteur. Aber wenn wirklich Zweifel bestehen, müssen es sowieso mehrere Leute ansehen und dann wird von der obersten Chefredaktion entschieden, ob wir es bringen oder nicht.
- CS: Und wie ist es denn, wenn nicht 100%ig verifiziert werden konnte, dass es wirklich echt ist, wir wissen nicht genau, wo die Quelle herkommt, es ist aber vielleicht so brisant...
- A2: Im Zweifel kann man es nicht bringen.
- CS: Dann bringt ihr es nicht.
- A2: Im Zweifel kann man es nicht bringen.
- CS: Das heißt, es wird dann wirklich auch zurückgehalten?
- A2: Bevor wir irgendwas Falsches rausstellen, wird es auf jeden Fall zurückgehalten.
- CS: Das heißt, es wird dann auch nicht gebracht und vermerkt, dass es nicht geprüft werden konnte, sondern es wird wirklich nicht gebracht.
- A2: Nein, also ist noch nicht vorgekommen. So in der Art ist das noch nicht vorgekommen, dass wir was gebracht haben und gesagt haben es könnte evtl. nicht stimmen. Nein, wüsste ich nicht.
- CS: Und welche Rolle spielt denn da, sag ich einmal, der Konkurrenzdruck mit anderen Medien, wenn die das jetzt zum Beispiel bringen, und vor allem auch der Zeitdruck, wenn es gerade um online geht?
- A2: Das was online ganz häufig ist, ist das ganze virale Zeug. Das kommt meistens über Agenturen. Und in Österreich auf den Websites haben auch meisten alle dieselben Agenturen. Also es kommt mehr oder weniger relativ zeitgleich rein bei jedem. Und Geschichten, die wir selber machen... Mir fällt jetzt kein Thema ein, das in letzter Zeit passiert ist, bis auf Charlie Hebdo, das jetzt wirklich so pressiert hätte, dass es jetzt wirklich so wichtig ist und raus hätte müssen. Natürlich, bei großen Geschichten wie bei Charlie Hebdo – sicher macht man sich da ein bisschen einen Stress und versucht, möglichst schnell irgendwas zu bringen, eh klar. Aber Zeitdruck ist auf jeden Fall in gewissen Situationen da. Aber das Online-Geschäft geht halt ganz schnell.

CS: Genau und das macht dann wahrscheinlich auch keinen Unterschied zwischen Wort- oder Bild-journalismus.

A2: Nein.

CS: Der Zeitdruck ist eh da.

A2: Ja, das muss alles schnell gehen, überall.

CS: Nächste Frage wäre, wie denn nicht-professionelle Aufnahmen von euch gekennzeichnet werden bzw. werden die auf eine besondere Art und Weise kenntlich gemacht.

A2: Na ja, nein. Da das eigentlich schon so Standard ist, weil einfach viel verwendet wird. Quellenangabe kommt auf jeden Fall rein, die muss rein.

CS: Copyright ist auf jeden Fall dabei.

A2: Copyright ist drinnen. Aber, dass jetzt draufschreiben „Amateuraufnahme“, nein. Das sieht man. Meiner Meinung nach sieht man das. Man muss es auch nicht kennzeichnen, finde ich. Ob das jetzt Amateuraufnahmen sind oder professionelle Aufnahmen, finde ich, erkennt man. Und es würde für mich als Seher keinen Unterschied machen, ob das nun draufsteht oder nicht.

CS: Das heißt, da würde dann wirklich auch der Name des Urhebers stehe.

A2: Quellenangabe, ja, genau. Credits, Quellenangabe und wenn wir selber produzieren, dann haben wir sowieso unser Kurier-Logo drin. [lacht] Also von demher ist es eh ganz klar.

CS: Wenn es nun sozusagen fragwürdig ist oder sozusagen nicht transparent, wo das herkommt, hast du ja eh schon gesagt, wird es sowieso zurückgehalten.

A2: Dann wird es zurückgehalten.

CS: Das heißt, die Frage, ob man dann „private Aufnahme“ oder irgendwas dazuschreibt - höchstens, wenn der nicht möchte, dass sein Name da steht.

A2: Machen wir vielleicht ganz selten, wenn wir es mischen mit unseren Aufnahmen. Wenn wir selber irgendwas gedreht haben und dazu Fremdmaterial bekommen, dann würden wir vielleicht dazuschreiben „private Aufnahme“ oder so in dem Fall, wenn das gemischt wird. Aber in der Regel nicht. Urheber, Quelle, kommt immer drauf.

CS: Die Frage hinsichtlich wie es überhaupt mit der Transparenz hinsichtlich der Quellenlage aussieht, hast du eigentlich eh schon abgehandelt.

A2: Ja, wenn es in Wien ist, versuchen wir selber herauszufinden, wo es herkommt, genau. Alles andere kommt über die Agenturen und was uns angeboten wird.

CS: Und wie gesagt, bei unsicherer Quellenlage haltet ihr ohnehin zurück.

A2: Ja.

CS: Was passiert denn, wenn es jetzt wirklich einmal zu einer fehlerhaften Berichterstattung gekommen ist? Wenn ihr also ein Video oder ein Bild gebracht hat, wo sich im Nachhinein rausstellt, das war jetzt wirklich vielleicht eine Manipulation, das ist nicht authentisch? Erstens mal: Kam das schon mal vor?

A2: Ist uns noch nicht passiert. Also wenn ich jetzt nur von uns rede, ist uns noch nicht passiert in der Art. Aber ist eine gute Frage, was wäre, wenn. Dann würden wir es runter nehmen, in erster Linie einmal sofort. Aber was würden wir sonst machen? Dann würde ich den Chefredakteur fragen, ob wir eine Klarstellung brauchen oder so in der Art. Aber wenn es jetzt wirklich was extrem furchtbar Falsches war, müsste man halt mit dem Chefredakteur reden. Aber ist uns noch nie passiert, bis jetzt.

CS: Das heißt, das Qualitätsmanagement dahinter funktioniert beim Kurier sehr gut offenbar?

A2: Sieht so aus! [lacht]

CS: Also, es ist noch nicht passiert, wenn man jetzt eine Richtigstellung machen würde, würde das jetzt, schätze ich mal, im selben Kontext erfolgen?

A2: Genau, dann würde das wahrscheinlich, schätze ich, mit einem Off-Text, den wir selber einfach drüber einsprechen, erfolgen. Oder als Kommentar von einem Redakteur.

CS: Jetzt geht es um eine persönliche Einschätzung: Wie glaubst du machen das denn die anderen? Wie sorgfältig sind die?

A2: Wie sorgfältig... [überlegt]

CS: Oder wie handhaben die das, wenn es um Amateuraufnahmen geht? Also, ohne jetzt Namen zu nennen.

A2: Na ja, ich kenne ein paar von einer anderen Redaktion.

CS: Oder wie meinst du, dass die das im Boulevard vielleicht jetzt nicht so handhaben?

A2: Na ja, Boulevard ist halt so eine Sache. Man weiß im Grunde genau, was die Leute interessiert, aber man kann es mit Boulevard auch übertreiben. Wir haben eine Blattlinie und an die müssen

- wir uns halten, das ist ganz klar. Also, so Boulevard, Österreich und Heute und so, ist halt was anderes als das, was wir bringen. Aber wenn ich es jetzt einschätzen müsste: Ich glaube, es wird nicht sehr drauf geachtet, wo es her kommt. Wenn ich mir die Boulevard-Seiten anschau. Qualitätszeitungen wie Presse, Standard auf jeden Fall, die sind 100%ig sehr sorgfältig. Qualitätsblätter auf jeden Fall. Aber Boulevardblätter natürlich... [lacht]
- CS: Wobei man sagen muss, man ist natürlich auch als Qualitätsmedium nicht vor Fehlern gefeit. Die Presse beispielsweise ist auf eine Manipulation schon reingefallen.
- A2: Ach so? Tatsächlich?
- CS: Die haben das dann auch sofort richtig gestellt im selben Kontext.
- A2: War das eine gestellte Szene oder wie?
- CS: Ja.
- A2: Ok. Weißt du genau, was das war?
- CS: Ja, das war letztes Jahr bei den Olympischen Winterspielen in Sotschi. Und da war ja riesig auch im Gespräch, dass in Sochi Chaos ist und so schlechte Bedingungen für die Sportler. Da gab es ja dann auch diese Twitter Hashtags #Sochiproblems und #Sochifail und was weiß ich. Und da hat eine Sportlerin eben auf Twitter und Youtube ein Video gepostet von wegen „Wolf in the hallway“
- A2: Ah ja, genau. Das ist vom Jimmy Kimmel.
- CS: Genau. Und die Presse hat das eben wirklich gebracht.
- A2: Ei ei ei, aber das findet man so schnell raus, dass das ein Fehler ist, dass es gestellt ist! Es ist ja auch... [lacht] Ich hab das Video gesehen und hab ungefähr nach drei Minuten rausgefunden, dass das vom Jimmy Kimmel kommt. [lacht]
- CS: Ich glaube auch, dass die Presse sehr sorgfältig ist, was das betrifft, aber die sind damit wirklich eingefahren.
- A2: Also, das ist bitter! [lacht]
- CS: Kommt vor. Aber da ist dann natürlich auch die Frage, wie man darauf reagiert.
- A2: Ja, klar. Wie man darauf reagiert ist glaube ich eher die Frage, was sagt man dann? [lacht]
- CS: Ja, also das war sogar, glaube ich, nicht nur online, sondern sogar im Print drin.
- A2: Im Print auch? Ei ei ei, aber da hat man so lang Zeit, das nachzuforschen, zu recherchieren.
- CS: Wobei das, glaube ich, auch immer eine Ressourcenfrage ein bisschen ist. Ich habe auch mit dem Standard einen Interview-Termin gehabt und da hat der eine Kollege gesagt, na ja, man muss auch wirklich sagen...
- A2: Die haben nur eine Videoredakteurin, ja?
- CS: Na ja, die vom Standard haben halt viel mehr Online-Redakteure, die den ganzen Tag auf Facebook und Twitter unterwegs sind und die Presse halt nicht in dem Ausmaß an Leuten.
- A2: Also Social Media nicht so gut vertreten?
- CS: Einfach nicht so ein großes Online-Team. Also, kann auch passieren, auch wenn man wirklich hohe Standards hat.
- A2: Ja, natürlich es kann immer was passieren.
- CS: Eigentlich bin ich mit meinen großen Fragen durch. Ich hätte zum Abschluss noch gerne zwei persönliche Einschätzungen von dir: Wenn man jetzt einmal an die fehlende Professionalisierung von Amateuraufnahmen denkt und auch womöglich an die fehlende Transparenz. Du hast gesagt, wenn es nicht transparent ist, dann bringt ihr es nicht, an sich spielt die Qualität auch nicht mehr so eine große Rolle. Wie ist deine Einschätzung: Wirkt sich das auf lange Sicht auch irgendwo auf die journalistische Qualität aus?
- A2: Glaube ich nicht. Selbst wenn die Aufnahmen amateurhaft sind, kann man den Text immer noch professionell schreiben und so gestalten, dass es seriös ist. Also ich glaube nicht, dass es die Art des Schreibens verschlechtert. Das glaube ich nicht, kann ich mir nicht vorstellen. Ich glaube nicht, dass es sich auswirkt.
- CS: Das heißt, du siehst es dann auch mehr als...
- A2: Es ist einfach nur ein Mittel zum Zweck. Es ist ein Mehrwert zu einem Artikel. Das ist alles.
- CS: Und wenn man daran denkt, dass sich viele Tageszeitungen, sag ich einmal, auch nicht mehr so große Bildredaktionen leisten oder leisten können, wie würdest du es einschätzen: Bedroht das ein bisschen die Profession des professionellen Pressefotografen?
- A2: Ja, definitiv! Also auf jeden Fall. Allein: Ich habe ja selber eigentlich im Grunde war mein Studium eigentlich „Kamera und Schnitt“ schwerpunktmäßig. Und dann habe ich hier angefangen und hab dann nach einer Zeit festgestellt: Es geht um den Inhalt und es geht um Schnelligkeit

und ob das Bild jetzt perfekt ist oder nicht, das ist nebensächlich. Auch die ganzen VJs zum Beispiel, die einfach alles selber machen, komplett. Das ist auch nicht unbedingt die beste Qualität, aber es ist für die meisten halt billiger, sich irgendwelche Studenten zu organisieren, die alles machen für wenig Geld. Also das gefährdet auf jeden Fall die Professionalität.

CS: Sprich, es verlagert sich dann auch irgendwo auf Leute, die alles machen können, das Gesamtpaket haben und dass ich jetzt nicht mehr nur einen Pressefotografen hab, der nur die Bilder macht, sondern einen der alles macht.

A2: Zum Beispiel, ja. Also, einer der fotografiert, egal wie er es macht, alles schneidet und entwickelt und dann auch noch alles schreibt. Zum Beispiel, keine Ahnung. [lacht]

CS: Und dann am besten dafür auch noch kein Geld will. [lacht]

A2: Genau! [lacht]

CS: Ja, ich wäre eigentlich durch. Gibt es noch irgendwas, das du noch gerne ergänzen würdest, was noch nicht angesprochen wurde?

A2: [überlegt] Also ich versuche trotzdem, alles was ich selber drehe möglichst in bester Qualität hinzubekommen. Ich benütze auch mein Privat-Equipment teilweise, um das ein bisschen schöner zu gestalten. Aber ich hoffe, dass es in anderen Redaktionen auch mehrere Leute gibt, die auf die Bildqualität schauen. Weil mir ist das wichtig, wie das Bild ist, weil ich das studiert habe und Film-affin bin und gerne schöner Bilder habe. [lacht]

CS: Die ja doch immer einen Artikel aufwerten.

A2: Ja, genau. Für einen Artikel und ein Online-Medienhaus ist es einfach ein Mehrwert. Sonst nichts, außer ein Mehrwert.

CS: Ok – dann danke für das Gespräch.

Interview mit Dragana Heiermann (DH)

Fotoredakteurin bei *Der Kurier*

Transkriptionskürzel der Interviewten: DH

Transkriptionskürzel der Interviewerin: CS

- CS: Wie gesagt Thema ist der Umgang mit digitalen Amateuraufnahmen, weil einfach seit 10 Jahren ca. immer mehr der Trend zu beobachten ist, dass auch immer wieder Amateuraufnahmen in der Berichterstattung auftauchen. Meine Einstiegsfrage wäre einmal: Was sind denn generell Ihrer Ansicht nach grundlegende Vorteile, die sich für Redakteure durch diese Amateuraufnahmen auch ergeben im alltäglichen Job und was sind Nachteile, die diese Amateuraufnahmen mit sich bringen?
- DH: Vorteil ist natürlich: Wir können nicht überall sein. Oft passieren Dinge und wenn dann jemand mit einem Handy vor Ort ist und uns das zur Verfügung stellt oder auch oft auf Facebook postet, dann ist das ein bzw. könnte es ein journalistischer Mehrwert sein. Wenn jetzt zum Beispiel ein Foto oder den Hergang ein bisschen skizziert haben, bevor wir dort sind. Also das sind oft Zufälle, das ein Leser draußen ist und sagt: „Ok, das habe ich gesehen, ich habe es fotografiert. Ist es von Nutzen von euch?“ Natürlich ist es von Nutzen für uns! Das ist der Vorteil. Dass wir vielleicht aktueller sind als andere Medien, dass wir vielleicht mehr zeigen können – das ist in jedem Fall ein Vorteil. Der Nachteil ist, dass wir natürlich auch hier – wir kriegen sehr viel angeboten. Das heißt also es kommen täglich sehr viele Anfragen rein: „Habt ihr nicht Lust? Die Kirschenblüte in den Weinbergen wundervoll gerade heute Morgen fotografiert.“ Und, und, und, und, und. Das ist halt eine Flut, die halt Überhand nimmt, weil halt die Menschen auch der Meinung sind und das ist halt dieser große Irrglaube – die haben heute auch schon unglaublich tolle Geräte, viele Leute laufen heute auch schon mit einer Kamera herum, mit einer kleinen, mit einer Pocket-Kamera – und machen Fotos und sind auch der Meinung, dass die ganz toll sind. Für den Druck also zu 90% nicht zu gebrauchen. Bei den Amateurfotos ist es natürlich auch so, dass sie meistens dann von der Pixelanzahl eigentlich unbrauchbar sind. Wenn wir sie bringen dürfen...
- CS: Speziell für Print natürlich auch?
- DH: Genau. Wenn wir sie bringen dürfen, und das machen wir nur im Einverständnis mit dem, der das Foto gemacht hat, mit dem Hersteller, das heißt wir setzen uns unbedingt in Kontakt. Also es gibt Medien, die damit vollkommen anders umgehen. Die nehmen sich eine Facebook-Seite, sehen die oder geben einen Begriff ein – es hat gerade ein Brückeneinsturz stattgefunden – geben den Ort ein, da poppt etwas auf, das ist oft eine Facebook-Seite, wo eben ein Mensch das zufällig fotografiert hat, holen sich das runter und schreiben Facebook dazu. Das ist bei uns verboten.
- CS: Das ist ja auch keine wirklich genaue Quellenangabe.
- DH: So ist es. Und es ist rechtlich auch nicht abgesichert. Also wir könnten riesige Probleme bekommen, denn man kann uns natürlich klagen. Wir haben das Urheberrechtsgesetz in jedem Fall haben wir dagegen verstoßen – und das machen wir so nicht. Bei uns sind die Chronik-Leute eben sehr viel damit beschäftigt, natürlich genauso zu recherchieren, aber dann in Kontakt zu treten. Also wenn man sich oft ansieht, weil es eben dann auch damit schneller funktioniert, dass plötzlich viele, viele Plätze in Wien und Umgebung oder in ganz Österreich mit Nachrichten aufpoppen, die früher so nicht stattgefunden hätten. Da sind wir dann natürlich auch in der Not, dem auch nachzugehen und das ist eigentlich dann oft die Recherchearbeit, die so wahnsinnig viel Zeit kostet.
- CS: Also eigentlich dann noch mal ein zusätzlicher Rechercheaufwand noch mal dahinter?
- DH: Natürlich. Natürlich, also das ist es. Also wenn man es seriös machen möchte, was wir tun, dann sitzt unten die Kollegin – und das passiert nicht einmal am Tag, sondern drei- bis viermal am Tag – kontaktiert sie, telefoniert sie, versucht Kontaktdaten herauszufinden. Oft antworten die Leute natürlich nicht gleich und wir sind in Zeitnot. Dann versucht man zu recherchieren „Wer ist das?“, ruft an und sagt „Dürfen wir?“, kurze schriftliche Bestätigung, dann funktioniert das auch. Meistens funktioniert es. Wenn es nicht funktioniert, darf das Bild nicht rein. Also –

aber wie gesagt, die Qualität lässt oft zu wünschen übrig. Aber ein Dokument ist natürlich ob der Aktualität oft wichtiger als jetzt die Qualität. Das muss man auch sagen.

CS: Da werden dann also auch Abstriche gemacht?

DH: Natürlich, müssen wir- Also wenn es vor allem große Geschichten sind.

CS: Mich würde interessieren, gibt es denn besondere Richtlinien im Umgang mit Amateuraufnahmen im Vergleich zu professionellen Aufnahmen? Sie haben schon gesagt, das Urheberrecht des Bildes gilt natürlich genauso für Amateuraufnahmen, da wird dann genauso auch der Urheber angegeben beim Bild, denke ich mal?

DH: So ist es.

CS: Gibt es sonst irgendwelche speziellen Richtlinien, die für Amateuraufnahmen im speziellen gelten?

DH: Die abweichen von den professionellen oder grundsätzlich? Also, nein, sie weichen nicht ab. Was wir natürlich machen – und das gilt für Pressebilder genauso, wobei Pressebilder genauso auch schon reinkommen, weil man das nicht tut – also bei Verletzten zum Beispiel. Hatten wir auch im 14. Bezirk, das ist schon länger her, Zugunfall, da liegen Menschen oft nur auf Bahren, kaum zugedeckt und so weiter, da versucht man natürlich dann auch das Persönlichkeitsrecht zu schützen.

CS: Von den Abgebildeten in dem Fall?

DH: Natürlich. Da schicken Amateure unter Anführungszeichen oder die Schaulustigen dann Bilder und sagen: „Wir haben ganz tolle Bilder!“ – ist ja toll, weil nichts besser... Man hat natürlich andere Bilder als bis wir warten, bis unser Fotograf da ist, da vergeht vielleicht eine halbe Stunde, Stunde. Ist schon ein ganz anderer Schauplatz, weil alles abgedeckt ist. Da sieht das noch relativ pur aus. Nur da muss man aufpassen und das machen wir nicht. Wir bilden keine Verletzten ab, wir zeigen ihr Gesicht nicht. Entweder wir verpixeln sie oder es ist ein Bild, wo man sieht ok, da kann man ihn nicht erkennen. Also Persönlichkeitsrecht ist ganz, ganz wichtig. Ja, ansonsten ist ja auch immer zu hinterfragen, welchen Nutzen sieht er darin? Ist es wirklich nur ein: „Ich gebe ein Dokument weiter und ich finde es toll, wenn mein Foto erscheint.“ Oder ist ein Gedanke dahinter? Das gilt es auch manchmal zu verfolgen. Haben wir auch, ja.

CS: Das ist wahrscheinlich dann auch schwierig zu überprüfen oder zu hinterfragen?

DH: Es ist zum Beispiel, wenn man den WKR-Ball hernimmt: Da haben wir zwei Fotografen selber draußen, wir haben unsere Agenturen draußen und das heißt man kann im Laufe des Abends abschätzen „Wo passiert was?“, unsere Redakteure sind draußen und man bekommt ein Stimmungsbild. Wenn alles relativ ruhig abläuft und man dann Fotos bekommt, die plötzlich Randalen zeigen und die Polizei prügelt ein, muss man schauen. Ist das jetzt eine Instrumentalisierung der Medien, indem wir jetzt ein Foto bekommen, wo vielleicht auch eine Provokation stattgefunden hat, dann werden wir das wahrscheinlich nicht bringen, bis wir nicht auch ein Statement von der Situation haben – also sprich vom Polizisten oder von dem, der da angeblich gerade verprügelt wurde, ja. Oder... verprügelt –vielleicht nur am Hemdkragen gezogen wurde. Fotos können sehr polarisieren, natürlich auch eine Meinung rauf schießen lassen und eine Situation vollkommen aus den Angeln heben und ganz anders darstellen als es in Wahrheit eigentlich ist. Denn das kann eine Situation sein, in der man vielleicht auch jemanden retten will und das Foto erzählt etwas anderes. Also das sind Dinge, da... Bei großen Geschichten passiert es, dass die Leute schicken und sagen: „Da, schaut euch an!“ Zitat – gab es schon: „Die Polizisten-Schweine, so gehen sie damit um!“ Fakt war ein ganz anderer. Dem muss man halt nachgehen. Da muss man dann halt auch schauen, dass der Redakteur da rüber fährt und dem Ganzen nachgeht. Wenn wir uns nicht sicher sind, dann lassen wir es lieber weg. Also das ist meine Politik.

CS: Da hat der Kurier also auch eine klare Linie.

DH: Ja, auf jeden Fall. Also dann lieber Mut zur Lücke. Dann sollen es die anderen bringen. Für uns ist es ein Anspruch und das ist Qualitätsjournalismus. Ich muss dem auch nachgehen, ich kann nicht irgendwas bringen. Wir haben natürlich auch Medien, die anders arbeiten, die natürlich wesentlich trashiger sind und für die ein Gewaltfoto: man gibt es raus. Natürlich ist es, wenn man in der U-Bahn sitzt und ein Gratisblatt in der Hand hat und so ein Bild sieht, dann spricht man darüber. Aber es ist eine Verpflichtung und ein Akt der Ethik: Tut man das? Und auch ein journalistischer Anspruch.

CS: Ja. Und wahrscheinlich dann auch, wie Sie schon gesagt haben, wenn Amateure Bilder machen von einem Unfall oder irgendwas, man kann ja auch nicht davon ausgehen oder sieht dann ja auch am Bild, dass Amateure diese Richtlinien, die ja auch für den Bildjournalismus gelten, dass

- die diese Richtlinien nicht verinnerlicht haben oder zum Teil ja auch überhaupt nicht kennen. Und wie sie sagen, dann ist das auch Aufgabe der Journalisten, das zu beurteilen und dann zu sagen: „Nein, das können wir so nicht bringen aus den und den Gründen.“
- DH: Ja. Es ist meistens, also zu 90% - außer es wird halt versucht etwas zu manipulieren – es ist zu 90% sehr naiver.
- CS: Auch einfach Unwissen, oder?
- DH: Ja, aber auch ein wundervoller Zugang, weil es auch sehr pur ist. Also wenn das Situationen, die jetzt nicht für jemanden schädigend sind, dann können da wirklich auch tolle Sachen rauskommen. Also, das muss man auch sagen.
- CS: Also auch ein Vorteil.
- DH: Auch ein Vorteil. Und wenn da ein Gebrechen ist, das eher einen Witz hat, wie – ich weiß nicht – der Hochstrahlbrunnen funktioniert nicht, eine Fontäne geht und ein Hund steht drinnen und man schickt uns das, ist das wiederum etwas Wundervolles, was wir gerne bringen, wenn eine Hitzewelle ist und wir gerade nicht vor Ort sind und eigentlich genau so etwas abbilden wollen.
- CS: Hätte es aber sonst nie gegeben, wenn jetzt nicht gerade zufällig einer...
- DH: Und hat Charme und Witz.
- CS: Ja, genau.
- DH: Also da muss man auch – also es ist nicht alles nur furchtbar. es gibt auch schöne Amateuraufnahmen.
- CS: Sie haben jetzt schon ganz viele Sachen auch angesprochen, ich werde auf einige davon auch noch mal zurückkommen. Was mich als nächstes interessieren würde: Sie haben es auch schon angesprochen, dass man bei der Professionalität natürlich auch ein paar Abstriche macht, wenn es wirklich an sich ein gutes Bild ist. Also bei der Qualität macht man auch einmal Abstriche, wenn es wirklich ein Bild ist, was man dann bringen möchte. Welche Kriterien müssen aber Amateuraufnahmen erfüllen, um überhaupt verwendet werden zu können? Also was muss das Bild haben, dass sie jetzt sagen, ja, das nehmen wir jetzt? Gibt es auch irgendwie – im Wortjournalismus spricht man ja gerne davon – so etwas wie Nachrichtenfaktoren.
- DH: Ja, es muss eine Nachricht sein. Es muss eine Nachricht sein. Ob jetzt *hard fact*, eben man zeigt etwas, das gerade passiert, was genau in einen Themenbereich passt, der gerade sehr relevant ist, oder es ist heiß und wir haben den Hochstrahlbrunnen. Also es muss eine Nachricht sein in jedem Fall. Und ob *soft* oder *hard*, aber es muss in irgendeiner Form Aktualität haben. Ich bringe kein Bild, das nicht aktuell ist und keinen Mehrwert hat. Und eben auch keinen Mehrwert, das heißt ich schätze natürlich auch ab: Bringt mir das was? Dieser ganze Aufwand, recherchiere ich da jetzt, wer das ist, was das ist, vielleicht will der ja auch Geld. Das muss man auch immer hinterfragen.
- CS: Und dann würden die auch wie professionelle Fotografen behandelt werden?
- DH: Dann verhandelt man, ja. Also dann sieht man sich das Bild an. Kommt auf die Größe an. Wenn ich ein Handyfoto habe, das ich zweiseitig abbilden kann und das ist genau fünf Zentimeter groß, werde ich natürlich jetzt nicht den vollen Tarif zahlen, sondern werde versuchen, zu verhandeln und das auch so kundzutun. Ja.
- CS: Ok. Und von der Qualität her, haben sie eh schon gesagt, werden dann auch Abstriche gemacht. Und von der fehlenden Professionalisierung an sich? Also wenn man jetzt mal an das Motiv denkt, spielt dann eher eine zweitrangige Rolle? Weil ich gehe doch mal davon aus, es gibt sicher auch Amateurfotografen, die auch sag ich einmal von Bildsprache und Anordnung im Bild eine Ahnung haben, aber wahrscheinlich auch viele nicht.
- DH: Wir haben ja jetzt gesprochen über diese Amateuraufnahmen, die schnell mal reinkommen. Also diese: Es passiert etwas und es ist jemand vor Ort und kontaktiert uns, beliefert uns oder wir finden es. Es gibt natürlich auch Amateuraufnahmen und da muss man dann schon sagen: Aber hallo! – die Weinernte in der Steiermark machen. Da muss man sich dann ansehen und das was früher eine große Hilfe vor 20 Jahren, weil wenn qualitativ hochwertige – und Amateure, die ein gutes Equipment haben, da muss man sich manchmal bemühen, um den Unterschied – oft gibt es auch keinen Unterschied zu Profis, die das tagtäglich machen – zu sehen. Eben: Weinernte. Brauche ich das? Will ich das? Was verlangt der? Und das Problem ist auch, dass wahnsinnig viele Amateure, die jetzt diese schönen Fotos machen oder Geschichten machen, die zeitlos sind, die auch mal liegen können, natürlich auch oft an Stock-Agenturen verkaufen. Das heißt für uns: Es kommt jemand – das habe ich wahnsinnig oft und das tut mir dann wirklich unglaublich Leid – da kommt eine wundervolle Bildstrecke, beispielsweise aus Indien mit

eben der Problematik Fabrikarbeiter. Wenn diese Bilder anders... Also: Was passiert dort? Markenware wird... und er kriegt diese Fotos aus irgendeinem Grund und er hat eine tolle Bildreportage und ist Amateur und erbietet sie uns an, dann ist der erste Reflex: ich schaue nach, was haben die Agenturen. Und internationale Agenturen *featuren* das ab ohne Ende. Und die sehen natürlich doch noch einmal um einen Ticken professioneller vielleicht aus oder auch nicht. Dann ist wichtig: Hat er ein Erkennungsmerkmal, das heißt, nimmt er mit seinen Fotos so eine Stellung ein, dass es *outstanding* ist, dass man sagt: „Das ist so anders, das will ich haben!“ Passiert auch. Selten, aber es passiert.

CS: Aber der Vorteil den man dann – wie sie ja auch schon gesagt haben – bei den Agenturbildern sicher auch hat, ist, dass da ja auch die Urheberrechtslage komplett geklärt ist. Da gibt es die genauen Vereinbarungen mit den Agenturen, es ist dann wahrscheinlich so im Handling viel einfacher.

DH: Es ist im Handling einfacher und es ist eine Preisfrage, weil alle großen Medienverlage Pauschalen haben. Also wir zahlen monatlich an die und die Agentur den Preis. Ob wir jetzt 5 Fotos oder 5000 verwenden interessiert keinen. Daher ist natürlich eine Überlegung – man hat natürlich auch unterschiedliche Preise. Wenn das eben so eine schöne Hochglanzgeschichte wäre, möchte ich sie in der Freizeit bringen. Ein Hochglanzprodukt hat dann einen anderen Preis für einen Fotografen als die Tageszeitung. Das heißt, ich muss mir dann überlegen, will ich vier-, fünfhundert Euro zahlen? Zahlt sich das aus? Und das muss man dann einfach abwägen. Und man muss es recherchieren – und man recherchiert es manchmal leider zu Tode und nicht zu Gunsten des Amateurs. *[lacht]*

CS: Ok. *[lacht]*

DH: Außer eben – und das gibt es auch – man findet diese Fotos nicht. Und das ist ein ganz anderer Zugang. Ob schräg in der Kultur. Ich mache Aufnahmen von einer Probe im Burgtheater, die krieg ich auch – haben wir ganz oft. Denn da ist halt ein sicheres Terrain, man ist drinnen, man probiert sich. Wenn man einen Kontakt hat, darf man da fotografieren. Aber wenn das genauso aussieht wie das APA-Bild, sehe ich keinen Grund...

CS: Dann brauche ich es nicht?

DH: Ja. Und das tut dann manchmal sehr weh, weil die Fotos ja fantastisch sind. Aber wenn der einen ganz schrägen Zugang hat und eben mit dem Schnitt arbeitet und die qualitativ hochwertig sind – das muss ja auch mit offensichtlich einem guten Rüstzeug gemacht sein oder er hat eine Lampe aufgebaut und, und, und – wenn der Extras hat, na dann denkt man drüber nach und dann machen wir das auch.

CS: Also wenn der dann vielleicht auch eine eigene Handschrift, sag ich mal, dabei hat und das Bild was Besonderes hat, was man sonst so von Agenturen jetzt nicht bekommen würde?

DH: Genau.

CS: Die nächste Frage wäre: Wie wird denn dieses Amateurmaterial auf seine Echtheit hin und seine Authentizität hin überprüft?

DH: Gute Frage!

CS: Sie haben schon gesagt, es ist mit so viel Rechercheaufwand verbunden, was schon einmal den Urheber dann betrifft, da man den ja kontaktieren muss und um Einverständnis bitten muss. Aber wenn ich jetzt dran denke, dass es heutzutage ja auch schon einfachste Bildbearbeitungsprogramme zum Beispiel gibt – sie haben auch angesprochen: Ein Foto zeigt ja immer nur einen Ausschnitt.

DH: Hm.

CS: Und wie gehen Sie da vor oder was hat der Kurier da für eine Linie, wie sie das überprüfen oder versuchen zu überprüfen?

DH: Na ja, überprüfen. Überprüfen kann man es nicht. Ich müsste mich dann für jedes Bild, das ich bekomme, wo ich mich entschließe zu recherchieren – das funktioniert nicht. Also da kann man absichern und das ist eben der Punkt – und das ist auch das, was ich jeden Tag predige – manche nehmen es auch so an, manche Redakteure sind da manchmal auch etwas zu schnell: Schriftliche Bestätigung. Das heißt in dem Moment, wo wir uns entschließen, ein Foto, eine Amateuraufnahmen zu nehmen, geht alles nur per E-Mail. Das heißt er schickt mir die Datei und schreibt dann da dazu und dann muss er mir das Urheberrecht bestätigen: „Sie sind der Urheber, das geben wir mit Namen an. Sie bestätigen uns, dass Sie der Urheber sind, Sie geben uns Ihre Rechnungsadresse, Sie bekommen Geld dafür oder Sie nehmen Abstand davon, Sie wollen kein Geld.“ Dann steht das alles da drinnen. Sollte es wirklich passieren, dass jemand an-

- ruft – ich glaube, den Fall hatten wir in meinen 12 Jahren einmal. Da weiß ich aber ehrlich gesagt nicht, was raus gekommen ist. Da hat jemand bei uns angerufen und hat gesagt: „Das ist ein Stock-Foto, das habe ich einer Stockagentur gegeben. Dieses Foto – so wie sie es angesprochen haben – hier ist ein Ausschnitt verwendet worden.“ Da bespricht man sich natürlich dann mit unserer Rechtsabteilung und die hat natürlich dann unseren – und das machen wir, wir heben das wirklich so über Jahre auf – dieses Foto mit dem Anhang, das ist eben: „Ich bin der Urheber.“
- CS: Die Bestätigung also, ja.
- DH: Das geben wir weiter. Und dann beginnt etwas, womit wir dann meistens nicht mehr – wir können uns nur darauf berufen. Man kann uns dann natürlich als Zeugen rufen, was in dem Fall nicht war – aber es ginge sicher auch komplizierter. Aber eben mit dieser schriftlichen Bestätigung: „Sie sind der Urheber, Sie erhalten Geld dafür und wir halten uns klag- und schadlos in irgendeinem Fall“, das schreiben wir hinzu und das ist auch meistens dann korrekt. Manchmal wird es dann noch komplizierter, dann dauert dieser Prozess um dem auch wirklich nachzugehen. Bzw. wir sind dann auch in der Rechtfertigungspflicht, das passiert auch.
- CS: Aber es ist schon schwierig dann, sage ich mal, jetzt selbst als Redakteur zu erkennen, wenn da irgendwas manipuliert wurde? Also ich bin jetzt auch kein Bildbearbeitungsprofi, aber dass ich bei einem Bild irgendwo einen Teil ausschneide, das krieg ich jetzt auch noch hin oder dass ich irgendwas wegschneide.
- DH: Wir hatten jetzt einen Fotowettbewerb, vor nicht allzu langer Zeit. Amateure und Profis. Und ich war *geflasht* von den Amateurfotos. Wir hatten verschiedene Kategorien und durchgehend was es so, dass man Schwierigkeiten gehabt hätte, zu sehen, wer ist der Profi. Bei manchen Profis hat man es gesehen: „Also ok, da geht gar nichts drüber!“ Die Amateurfotos waren unfassbar! Also da war der Level da oben. Und wir hatten einen Sportbereich – und das sieht man dann oder man denkt sich: „Dieses Bild ist so perfekt, das kann nicht sein!“
- CS: Das muss bearbeitet sein! [*lacht*]
- DH: Na ja, und da hängt beispielsweise... Und gerade bei einem Fotowettbewerb, da muss man wirklich aufpassen und das war viel Arbeit. Da gab es einige Fotos in der Masse – es waren 1.000 Einreichungen nur bei den Amateuren – vielleicht 10, 15 Fotos, wo man sich gedacht hat: „Irgendwas stimmt hier nicht!“ Und dann bin ich dem nachgegangen. Da wollte ich dann auch das Original. Das heißt also, wir haben ja auch nur einen gewissen Grad der Bearbeitung gehabt, am besten nicht bearbeitet.
- CS: Genau.
- DH: Natürlich arbeiten sie mit dem Farb-Regulierer und so weiter. Wir haben auch Kategorien mit Montagen gehabt, das heißt, man hätte auch alles da rüber geben können. Nur dort, wo steht: „Das muss pur sein und das muss genau das darstellen.“ Das war in der Sportfotografie – sehr schwierig! Wir hatten einen Kletterer, der eine Haltung eingenommen hat, die – da bin ich wirklich eine halbe Stunde vor dem Bild gesessen.
- CS: Kann das sein? Ja.
- DH: Ja und habe es mir dann auch ausgedruckt. Wir haben es uns dann auch *geplottet* und ich habe dann verschiedene... und auch der Lichteinfall. Wir hatten eine wundervolle Sonne, wir hatten die Feldwand, wir hatten den Kletterer und dann beginnt man, sich anzusehen, wie es möglich ist, ob der Schatten richtig ist, wenn die Sonne da... Also ganz schwierig!
- CS: Oder ob sie da nachträglich reingebaut wurde.
- DH: Oder ob sie einfach – ob alles aufgehellt wurde oder ob hier ein Schatten auch gemacht wurde, damit das Ganze dramatischer wird, der Himmel. Und wir hatten von den ganzen Anfragen sechs, glaube ich, da habe ich gesagt: „Ich hätte bitte gerne das Original unbearbeitet.“ Und das sieht man dann ja auch. Das kriegt man nicht so hin, das kann einfach nicht sein. Bei manchen Fotos funktioniert es und das ist meistens bei Nahaufnahmen, aber wenn man eine ganze Bergkulisse fast mit rein nimmt und die Sonne hat. Dann muss man nachfragen. Und dann haben wir das Original bekommen und das war... das war nichts.
- CS: Der hat da also auch...
- DH: Super *gepimpt*! Also da hat man dann...
- CS: Aber das sieht man dann wirklich erst, wenn man echt das Original dann vor sich liegen hat oder?
- DH: Genau.

- CS: Am Bild selber ist das schon schwer, nicht? Ich meine, wahrscheinlich haben Sie da auch viel Erfahrung und man sieht dann – ich meine, an manchen Stellen wird man ja schon sehen, wenn etwas retuschiert wurde oder bearbeitet wurde, wenn man viel Erfahrung hat, aber...
- DH: Na ja, also man muss dazu sagen, wir schauen uns 6.000 Fotos am Tag durch. Also das ist ungelogen. Wir kriegen von den Agenturen ungefähr 6.000 Fotos und man geht sie auch durch. Und wenn es so groß auf dem Bildschirm ist, ist es ja kein Thema, dann kann man gut... nur wir schauen in diesem Format durch. Und man erkennt: „Ok, das ist gut, das ist schlecht, das will ich haben.“ Insofern sind wir da schon sehr geübt, behaupte ich. Ich behaupte aber nicht, dass uns aber nicht auch was durchrutscht. Wenn es wirklich gut gemacht ist, da können wir dann recherchieren, was wir wollen, also.
- CS: Und wenn es dazu kein Original mehr gibt, sage ich mal...
- DH: Oder so.
- CS: Im Hinblick auf gestellte Szenen – haben Sie auch schon angesprochen – das kann dann ja eigentlich nur überprüft werden, wenn es jetzt wirklich mal so ist, dass man, wenn man von einer Situation, wo man ansonsten ganz andere Eindrücke hat, auf einmal ein Bild auftaucht, was so gar nicht in diesen Rahmen passt.
- DH: Hm, hm.
- CS: Ansonsten ist man ja wahrscheinlich auch, was gestellte Szenen betrifft, ziemlich auf seine Erfahrung angewiesen, das einzuschätzen: „Kann das jetzt wirklich so passiert sein oder nicht?“
- DH: Ja, also das ist... Gestellte Szenen oder der Eindruck von gestellten Szenen lassen wir meistens aus. Also das sind wirklich meistens Situation, entweder eben wie gesagt Nachrichten relevante Geschichten. Wenn ich das Gefühl haben, das sind gestellte Szenen, da ist kein großes Interesse. Und wenn ich im „Wickelwackel“ bin, ob ich das nehme oder nicht, dann nehme ich es lieber nicht.
- CS: Ich denke da jetzt beispielsweise auch an irgendwelche Aufnahmen – hat man ja öfter – aus irgendwelchen Krisen- oder Kriegsgebieten, wo man dann teilweise auch nicht so genau weiß, na ja, hat sich das jetzt wirklich so zugetragen oder nicht.
- DH: Das ist ein guter Punkt.
- CS: Sie haben die Intention dahinter ja auch schon angesprochen, nicht.
- DH: Was sie bei uns selten finden werden, sind diese Fotos, wo eben gerade bei den Flüchtlingen, wenn man sich jetzt eben die Krisengebiete ansieht. Bei der Ukraine kann man das noch gut abschätzen, aber wenn man an die Türkeiigrenze zum Beispiel kommt, da hat man oft den Eindruck – und da ist natürlich – das ist eine Ambivalenz: Da ist der Fotograf. Natürlich will er das andere Foto und er will sich abheben von den Fotografen. Da sind aber auch meistens, würde ich sagen, Profis dabei. Da nehmen wir kaum oder da nehmen wir eigentlich nichts an Amateurfotos.
- CS: Von Amateuren?
- DH: Nein, außer von unseren Redakteuren, die schreiben und vor Ort sind. Das sind auch Amateure in der Fotografie, aber da gehe ich davon aus, dass es einfach dann zu dieser Geschichte passt und auch nicht inszeniert ist. Wir haben Fotos von Profis, die über die Agenturen laufen, wo die Kinder Hilfe suchend in die Kamera blicken, sind unfassbar gute Aufnahmen – nehme ich ungern. denn da kann man davon ausgehen, dass da eine Hinteraktion stattgefunden hat. Aber das ist leider im Kriegsgebiet meistens so. Wenn Fotografen – da gibt es ja auch viele, unglaublich tolle Dokumentarfilme über Nachtwey, der Fotograf, der eben der Kriegsphotograf schlechthin war – da ist schon Manipulation im Spiel. Nicht immer, aber oft. Aber da verschwimmt die Grenze auch. In prekären Situationen ist es dann ein Diskussionspunkt: Ist es Manipulation oder ist es keine Manipulation? Jemand auch in einem anderen Winkel zu bringen oder sich hinzusetzen und dazubleiben, um genau das hervorzurufen, was er eigentlich haben will, nämlich diesen einen Blick, den die Frau, den der Mann oder ein Soldat ihm nie gegeben hätte, hätte er es aus der Ferne gemacht und hätte er sich zurückgehalten.
- CS: Natürlich und ja, wie gesagt, diese Instrumentalisierung, die dann da möglicherweise dahinter steckt ist – wie sie sagen – natürlich ist auch, wenn man Profibilder macht, gibt es natürlich da auch irgendwo gestellte Szenen.
- DH: Müssen wir.
- CS: Weil ab wann ist jetzt eine Szene gestellt?
- DH: Müssen wir ja auch. Wir haben auch beispielsweise ein Format, bei dem müssen wir uns auch nach einem bestimmten Layout richten. Wenn ich einen Interviewpartner habe und ich weiß im

- Vorfeld, ich habe dafür eine halbe Seite und er hat eine „matchoide“ Haltung, die Hände ausgebreitet und ich kann nur Querfotos machen, um ihm nicht die Hände abzuschneiden, und auch nach dem Dritten Bitten: „Könnten Sie freundlich sich sammeln, damit wir ein bisschen auch Platz sparender fotografieren können?“ – weil ich weiß, ich habe nicht so viel Platz für das Foto, dann wird man irgendwann einmal sagen: „Stehen Sie bitte auf, gehen wir da rüber und wir machen ein anderes Bild.“ Natürlich.
- CS: Muss man ja auch, ja.
- DH: Das ist „Manipulation“ unter Anführungszeichen, weil es... *[überlegt]* Ein guter Fotograf wird den Menschen dann nicht in eine andere Situation hineinhebeln, sondern wird einfach versuchen, diese Situation mitzunehmen. Und das macht einen Profi zum Beispiel aus.
- CS: Genau.
- DH: Weil der Profi wird dann vielleicht den Standort wechseln in diesem Raum oder gar raus gehen, aber er wird versuchen, dieses *Feeling*, das in Gespräch stattfindet oder das man gerade aufgebaut hat mitzunehmen und das Ganze nicht so zu verändern, einfach nur, um sich nach dem Layout richten zu können. Passiert auch.
- CS: Ich hätte noch ein paar Rückfragen, was sie eigentlich eh schon angesprochen haben. Einmal, ob bei der Überprüfung jetzt eine Rolle spielt, auf welchem Weg die Aufnahmen zu Ihnen in die Redaktion gelangen? Also so, wie ich das jetzt verstanden habe, kommt es schon sehr häufig vor, dass sie schon auch von Amateuren direkt Aufnahmen angeboten bekommen, aber wenn es sozusagen Agenturmaterial gibt, greifen Sie auch lieber auf das Agenturmaterial zurück, weil einfach die Rechtslage abgesichert ist?
- DH: Unbedingt. Also wenn das Foto nichts anderes zeigt als das, was uns unsere Agentur bietet, dann werde ich natürlich auf die Agentur zurückgreifen.
- CS: Weil man sich auch diesen zusätzlichen Rechercheaufwand und diese Überprüfung auch noch mal spart, oder?
- DH: Ja, es ist dann oft die Qualität und es ist dann auch die Sicherstellung. Wir können uns dann auch oft regressfrei halten unter Anführungszeichen. Wenn irgendetwas passiert, dann sind wir eben auch auf der sicheren Seite, natürlich. Es ist nicht nur der Rechercheaufwand. Wenn das Bild gut und wichtig ist, dann nehmen wir das in Kauf. Also da müssen wir so arbeiten. Aber wenn man sagt, ich habe das 1:1, dann brauche ich es nicht.
- CS: Wie wäre es jetzt dann, wenn es jetzt von den Agenturen kommt? Ist es dann auch so, dass man dann noch mal sagt: „Na, da müssen wir noch mal überprüfen, dem nachgehen?“ Oder können Sie sich dann eigentlich drauf verlassen, dass das eigentlich alles ordentlich überprüft wurde, dass das alles ordentlich geregelt wurde?
- DH: Davon müssen wir ausgehen, weil wir zu 70% so unter Zeitdruck arbeiten. Und das sind Redakteure – auch wenn sie Fotografen sind, sind sie Redakteure – das heißt sie arbeiten im journalistischen oder sollten im journalistischen Sinne arbeiten, das heißt auch der Wahrheitsgehalt und so weiter. Darauf müssen wir vertrauen oder sollten wir vertrauen. Eben wie gesagt, es gibt auch Szenen – und gerade in Kriegsgebieten, wo man sich dann überlegt: „Nehme ich dieses Bild oder nehme ich lieber eines, das ein bisschen natürlicher anmutet, weil da vielleicht zu viel Gutes gewollt wird vom Fotografen, um das andere oder bessere Bild zu bringen. Nein, da müssen wir drauf vertrauen können, weil sonst könnten wir die Zeitung mit Fotos nicht füllen. *[lacht]*
- CS: Ja. Und mich würde noch interessieren, ob dann Aufnahmen, wo man nicht 100% sicher sein kann, dass es authentisch ist – haben Sie schon gesagt – bringen Sie im Kurier nicht?
- DH: Nein.
- CS: Wenn Sie sich nicht 100%ig sicher sind.
- DH: Nein, kann ich nicht. Das hat es auch schon gegeben – es machen ja alle Fehler: Wir hatten eine junge Kollegin, die angeschrieben hat, wir würden das gerne verwenden. Und es war ein tolles Dokument. Raus gekommen ist: Das war nicht von dem, der es auf Facebook gestellt hatte – sie hatte keine Antwort bekommen. Und dann kommt eine Lawine an einer Klage und das kann sehr, sehr viel Geld kosten. Und ich will auch nicht in einer anderen Zeitung stehen: „Wir verletzten...“ – Also so, wie zum Beispiel Gratisblätter arbeiten, die auf der Straße verteilt werden. Über die schreiben wir auch: „Entspricht nicht dem Ehrenkodex, das ist nicht richtig, gestohlene Fotos...“ Wir haben auch schon Fotos von uns in der Zeitung gefunden.
- CS: Hm... *[lacht]*

- DH: Das funktioniert auch so. Man nimmt es sich einfach runter. Wir haben auch eine Facebook-Plattform, da ist die Auflösung meistens sehr gut. Das nimmt man sich einfach runter und schreibt einfach Facebook drunter. Und das ist dann so. Also das geht und wollen wir gar nicht. Und das ist auch einfach nicht unser... Also wir sind eine Qualitätszeitung mit dem Anspruch. Und manchmal muss man auch – und das tut dann schon auch weh – manchmal muss man dann auch auf das Bild verzichten und die anderen haben es.
- CS: Das wäre die nächste Frage gewesen, welche Rolle auch der Konkurrenzdruck vielleicht spielt und dann auch der Zeitdruck?
- DH: Groß.
- CS: Aber sie haben es eh schon gesagt: „Ok, dann sollen es die anderen bringen!“, wenn Sie sich nicht sicher sind.
- DH: Ja.
- CS: Ich meine, es gäbe natürlich auch die Variante, dass man sagt: „Ok, wir sind uns nicht ganz sicher, aber es ist trotzdem irgendwie so exklusiv das Bild, dass man es bringt, es aber transparent macht sozusagen eben im Text oder in der Bildunterschrift, dass das jetzt nicht zu 100% geprüft ist, ob das tatsächlich... macht aber der Kurier so nicht?
- DH: Nein. Also wenn ich das schreiben muss, dann lasse ich es weg.
- CS: Ok. Da haben Sie also eine klare Linie.
- DH: Also das ist zumindest bis jetzt unserer Handhabe. Wenn ich erklären muss, dass ich mir nicht sicher bin, dann hat das in unserer Zeitung nichts verloren. Wir haben natürlich wahnsinnig viele Diskussionen – wenn Sie unten um 3 oder halb 4 – und wir sehen bei der Konkurrenz, es gibt plötzlich Fotos, na da kommt natürlich mein Chefredakteur: „So Dani, ich will dieses Foto!“ Und da bin ich immer unter Druck. Also jeden Tag kommt er mit irgendeinem – das ist ja heute einfach so – jeden Tag kommt er mit irgendeinem Bild und sagt: „Das will ich auch haben.“ Und dann geht es los. Da arbeiten dann oft drei Leute daran, um zu recherchieren: „Wo kommt das her, kann ich das verwenden, und, und, und.“ Oder: „Finde ich sogar eine Alternative?“ Für die dann vielleicht sogar Geld bezahle, nur um diesem Faktor eben aus dem Weg zu gehen und zu sagen, das ist mir einfach zu unsicher und das ist nicht seriös. Habe ich, ich hab jeden Tag den Druck. Und er will es natürlich. Er will natürlich aktuell sein, wir wollen es alle. Wir wollen das andere Bild, dann oder... Wir müssen uns ja unterscheiden. Wir liegen im Supermarkt vor der Kassa. Da liegt die Kronenzeitung, die Presse, der Kurier – man kann es sich aussuchen. Und wenn die Kronenzeitung oder ein anderes Medium ein Bild drauf hat zum selben Thema und wir kommen mit dem alten Bild daher oder mit dem, das nicht so „sexy“ ist unter Anführungszeichen, dann habe ich Druck. Dann heißt es auch am nächsten Morgen: „Warum haben wir das nicht?“ ja. Da muss ich dann schon um 6 aufstehen und sagen: „Ok.“ Ich muss es rechtfertigen und recherchieren, warum.
- CS: Aber spricht dann vielleicht auch einfach für die Qualität, die dann bei der Arbeit dahinter steht.
- DH: Aber man ist auch verleitet. Das muss man schon sagen. Man ist natürlich verleitet. Wenn ich ein Foto suche, das genau diese Geschichte erzählt und es ist jetzt kein Foto, das jemanden diskriminiert und es ist jetzt einfach nur ein News-Faktor, ein ganz wichtiger.
- CS: Und es gibt halt sonst keines.
- DH: Dann sitze ich auch da: „Pfeife ich jetzt drauf und machen wir es?“ Also, wenn es jetzt nicht unbedingt – wie gesagt – diskriminierend ist, sondern einfach wirklich nur der Newsfaktor, dann sitze ich schon auch da und denke mir: „Soll ich es einfach auch einmal probieren?“ Aber am Ende des Tages geht es nicht, denn ich muss mich rückversichern.
- CS: Ja.
- DH: Ja, das ist leider... Und manchmal nicht so lustig, weil dann auch... Ja, dann muss ich darauf verzichten.
- CS: Nächste Frage wäre, ob denn nicht professionelle Aufnahmen bei Ihnen auf besondere Weise gekennzeichnet werden? Also Sie haben schon gesagt, dass der Urheber sozusagen – also die Quellenangabe – wird immer angegeben und auch nicht nur so groß wie „Facebook“, sondern da wird der wirkliche Name angegeben, richtig?
- DH: Genau.
- CS: Ansonsten gibt es aber keine besondere Kennzeichnung jetzt, dass das irgendwie anders dargestellt wird, oder?
- DH: Nachdem wir 220 oder oft sogar mehr Leute in diesem Haus arbeiten und gleichzeitig arbeiten, können Sie sich gar nicht vorstellen, wir viel Fotos in dieses System hineinlaufen und an uns

vorbeilaufen. Wir sind zwar sehr viele Leute, aber man kann in unser Redaktionssystem Fotos rein laden. Wir sind gefragt wirklich die Seiten durchzugehen und zu sagen: „Wo kommt dieses Bild her?“ Weil die Leute, manche Kollegen sind so euphorisiert, dass sie dieses Bild gefunden haben, dass man wirklich nachgehen muss und sagt: „Hast du das recherchiert? Wo ist die Mail?“ und so weiter und so fort. Schwierig! Sehr schwierig! Und wenn es dann mal im System ist, dann fliegt es bei uns – wir haben so einen Mechanismus, wenn es nicht archiviert wird und wir archivieren diese Fotos nicht, außer sie sind wirklich...

CS: Amateuraufnahmen jetzt?

DH: Amateuraufnahmen – außer, es ist so ein Zeitdokument, dann archivieren wir es, sperren es aber. Das heißt, da ist dann ein X, da kann man nicht zugreifen und nur mit Genehmigung, da steht dann immer – wir sagen immer „Beipacktext“ – wir schreiben dann noch drunter, warum es gesperrt ist: „Wurde in dem und dem Zusammenhang verwendet und ist nur auf Anfrage oder Rückfrage in der Fotoredaktion zu verwenden oder auch nicht.“ Ja nachdem.

CS: Und da steht dann dabei sozusagen, dass das ursprünglich eine Amateuraufnahme mal war oder wie muss ich mir das vorstellen?

DH: Ja: „Wurde in diesem Zusammenhang von...“ Da steht dann alles drinnen und meistens sieht man es auch. Und es ist einfach gesperrt. Ist aber, wenn es wirklich wichtig ist und wenn man die Vorahnung hat, dass dann in zwei oder drei Jahren wieder aufpoppen könnte, dann wird man es archivieren, aber sperren, Und dann muss man schauen: „Darf ich oder darf ich nicht?“ Und da kann der Redakteur gar nichts machen. Er kann es weder entsperren, das geht dann nur über mich oder meine Kollegin.

CS: Das heißt also, die Bilder, die dann tatsächlich in die Zeitung kommen oder online verwendet werden, werden dann eigentlich auch so behandelt wie professionelle Fotos von der Kennzeichnung her?

DH: Wenn sie die Wichtigkeit haben, ja.

CS: Wenn sie die Wichtigkeit haben. Und da würde jetzt in dem Fall nicht noch im Text dabei stehen, dass es jetzt eine Amateuraufnahme ist. Manchmal sieht man es ja sowieso, also...

DH: Nein, aber es steht schon: Es ist ein Leser, es ist von Facebook und damit ist es klar. Aber den Ausdruck Amateuraufnahme verwenden wir eigentlich nicht.

CS: Ok, aber die Transparenz dann, wo es herkommt?

DH: Das, wo es herkommt, das muss auf jeden Fall drinnen stehen, ja.

CS: Ok. Die letzte größere Frage, die ich hätte, wäre: Sie haben gesagt es ist eigentlich erst einmal jetzt vorgekommen, dass es wirklich zu einer fehlerhaften Berichterstattung gekommen ist, dass also wirklich ein Bild gebracht wurde, wo sich im Nachhinein rausgestellt hat: „Ok, das war manipuliert, das war ein Ausschnitt, das war geklaut.“ Geklaut in Gänsefüßchen.

DH: Na ja, nein. Das eine war ein Urheberrechtsproblem. Das war also nicht geklaut oder so. Also „geklaut“.

CS: Von dem, der Ihnen das als eigenes Bild verkauft hat.

DH: Der hat das *geshared*, wir haben einfach nicht die Antwort abgewartet. Das war das. Da haben wir uns also selbst überholt.

CS: Ok.

DH: Manipuliert war dieser Fotowettbewerb. Das ist eine Lesergeschichte, die auch eine Marketinggeschichte ein bisschen ist. Das ist etwas anderes Das gehört nicht zum täglichen Geschäft. Das andere war eine... Wir haben zu schnell und haben uns einfach nicht genug abgesichert oder die Zeit ist uns davon gelaufen und wir haben es in Kauf genommen. Großer Fehler.

CS: Wobei man ja sagen muss, also das sind dann ein oder zwei Fälle in... also es gibt ja den Kurier schon länger, was ja dann auch für das Qualitätsmanagement, sag ich einmal, spricht. Aber was würde denn jetzt wirklich passieren oder was passiert, wenn ein Bild fälschlicherweise gebracht wurde, dass sich dann im nachhinein als Manipulation rausstellt? Und wie würde dann darauf reagiert werden? gibt es dann eine Richtigstellung oder wie geht man da vor?

DH: Also... *[überlegt]* Natürlich eine Richtigstellung, wenn das Bild etwas ganz anderes zeigt als es wirklich ist. Aber der wichtigste Punkt ist, dass wir sofort unseren Medienanwalt, der sich genau in diesem Spektrum sehr gut auskennt, und der beginnt... Das ist jetzt die Frage: Haben wir gegen ein Urheberrechtsgesetz verstoßen oder haben wir etwas gezeigt, das manipuliert wurde, von dem wir aber nicht in der Annahme waren, dass es manipuliert wurde?

- CS: Ich meine jetzt wirklich diese Fälle, weil – wie gesagt – es ist ja doch schwierig auch, das zu überprüfen und es kommt – also man ist ja nicht davor gefeit, dass es doch mal vorkommt, dass man wirklich auch als sorgfältiges Medium dem aufsitzt.
- DH: Ja, aber da müsste uns ja dann jemand klagen. Also wenn dem so wäre, dass wir ein Bild bringen, das so nicht stattgefunden hat, dann müsste ja mit großer Wahrscheinlichkeit jemand auf dem Bild sein, der uns klagt und sagt: „Also in dem Zusammenhang ist dieses Bild also vollkommen falsch!“ Und: „Was machen sie jetzt? Wie gehen Sie damit um?“ Oder es kommt jemand und sagt: „Das ist eigentlich mein Bild und hier wurde etwas hinzugefügt.“ Beispielsweise, was jetzt, glaube ich, in der Form noch nicht stattgefunden hat. Aber wenn es aus dem Zusammenhang gerissen ist, wenn ich ein Foto angeboten bekomme zu einer Demo, die ganz woanders stattgefunden hat und da ist jetzt ein Demonstrant drauf, der beim Lichtermeer dabei war, eine sehr friedliche Veranstaltung und eigentlich ein Kerzerl in der Hand hatte und ich den plötzlich unter WKR-Ball und Randalie habe und die klagt uns: Na mit Recht! da wird auch die Rechtsabteilung genauso vorgehen. Also dass man da natürlich versuchen wird, sich zu einigen. Immer. Natürlich.
- CS: Ich denke sowieso – oder es ist zumindest meine Vermutung – dass es bei Amateuraufnahmen natürlich immer schwierig ist, wenn jetzt nicht zufällig mal irgendwo ein Original auftaucht, kommt man wahrscheinlich auch gar nicht drauf, dass da jetzt vielleicht was getrickst wurde. Aber es gab zum Beispiel auch einen Fall, das war bei den Kollegen eines anderen Mediums, aber Qualitätsmedium, die sind wirklich eingefahren mit einem Video, war das damals. Da haben sie sogar im Print darüber berichtet. Das war damals in Sotschi – ich weiß nicht, ob Ihnen das was sagt – das Video vom Wolf im Olympischen Dorf?
- DH: Ah, ja. Ja, ich kann mich erinnern.
- CS: Und – ja, ich kann es ja sagen – da hat eben wirklich die Presse im Print darüber berichtet und dann ist halt am nächsten Tag oder so ist man drauf gekommen, das war halt *gefaket* oder zusammengebastelt. Und da gab es dann beispielsweise am nächsten Tag wirklich eine Richtigstellung.
- DH: Ja, das muss man auch.
- CS: Also selber Kontext auf der Seite.
- DH: Nein, nein, das macht man dann auch. Natürlich, eine Richtigstellung muss es geben, natürlich. Rechtlich wird da wahrscheinlich nicht viel passieren.
- CS: Nur, ich meine nur, da wird niemand gesagt haben: „Hört mal her, das habt ihr falsch berichtet.“ [*lacht*] Aber ist ja dem Kurier so jetzt noch nicht passiert.
- DH: Nein, nein, also Sie meinen, wenn man selber drauf kommt und niemand weist uns darauf hin, sondern man merkt... Wir sind schon Menschen auch aufgesessen. Es gibt auch Informanten, die kommen und sagen: „So haben wir das gemacht.“ Das gilt genauso für den Bildbereich. Aber wenn wir uns nicht sicher sind, dann lassen wir es. Manchmal scheint es... Das kann schon sein: Ich möchte gar nicht wissen, wie viele Fotos bei uns erscheinen, die vielleicht... ja.
- CS: Die Dunkelziffer ist wahrscheinlich groß!
- DH: Ja, also wir haben so viele hunderte Fotos, unsere Supplements, unsere ganzen Beilagen uns so weiter. Ich würde lügen, wenn ich sage: „Jedes Bild ist von mir recherchiert.“ Ich kann es gar nicht. Das ist einfach unmöglich, ja. Und vielleicht ist das sogar passiert.
- CS: Aber ich bin über keinen Fall gestolpert.
- DH: Ich auch nicht, Gott sei Dank
- CS: Also ich war ja auch fleißig im Vorfeld und habe recherchiert. [*lacht*]
- DH: Ich auch nicht, Gott sei Dank, Aber... Wie gesagt, da möchte ich jetzt nicht sagen... Es wäre unseriös zu sagen: „Das passiert bei uns nie.“
- CS: Also wie gesagt, man ist auch glaube ich, auch wenn man da wirklich sorgfältig ist, heutzutage mit den Möglichkeiten, die man einfach auch hat als Laie, ist man, glaube ich, nicht gefeit.
- DH: Nein. Natürlich nicht.
- CS: Auch wenn man viel Erfahrung hat, wenn das gut gemacht ist...
- DH: Natürlich. Also das muss man schon sagen. Aber wie gesagt, wir haben da auch wirklich sehr viel Anstrengung jeden Tag, dem auch wirklich nachzugehen. Das ist aber auch wichtig.
- CS: Wie es die anderen machen Ihrer persönlichen Einschätzung nach, da haben Sie schon angesprochen, dass viele Medien...
- DH: Na ja, viele sind es nicht.
- CS: Ok, die, die sich nicht „Qualität“ auf die Fahnen geschrieben haben und nicht so sorgfältig sind.

- DH: Nein, es ist unseriös. Nein, also ich finde es schade, weil ich gaukle natürlich auch nicht, dass wir das nicht in irgendeiner Form machen, aber wir versuchen, das nicht in einen Zusammenhang zu bringen, dass es nicht ein Fake wird. Aber es gibt natürlich Medien, die eine Frühstückssituation vollkommen anders darstellen und da plötzlich zwei völlig andere Politikerköpfe in dieser Frühstückssituation auftauchen und das drum herum eine Geschichte passiert.
- CS: Weil es halt gerade so gut gepasst hat das Bild?
- DH: Das ist für mich nicht einmal Boulevard, so etwas gehört einfach nicht in – also so etwas hat nichts mit Journalismus zu tun. Und da sage ich... auch die Aufmachung. Man kann es ja ganz offen sagen, es gibt – also ich nehme jetzt einfach mal Kollegen von Standard, Presse, die, glaube ich oder das weiß ich auch, großes Aufheben darum machen, zu recherchieren und auch sehr viel Geld dahinter steckt, um diese Qualität zu halten und dem auch nachzugehen, dass das alles so korrekt ist. Es gibt natürlich dann auch Medien, die auch mit Lesern arbeiten. Das ist eine andere... Wenn ich in der U-Bahn sitze und ich habe zwei Gratiszeitungen zur Verfügung, da wird natürlich der eine den anderen versuchen in irgendeiner Form auszustechen. Der eine macht es seriöser, der andere... also *[zögert]* Ich denke und so wie es sich jetzt auch zeigt, dass es sich auf Dauer nicht rentiert. Bei zwei Gratiszeitungen sieht man, die eine arbeitet dann doch seriöser, die andere will man nicht einmal mehr gratis auf der Triesterstraße im Auto geschenkt bekommen. Also ich kann mich erinnern vor Jahren, als die begonnen haben mit diesen Verteilungen, da habe ich mich unglaublich darüber geärgert, wie man so ein Schundblatt.... in jedes Auto ist das hineingelaufen. Die Leute haben wirklich runtergelassen und haben es genommen. Für einen kurzen Moment einen Überblick zu bekommen, na, was kann mir besseres passieren und das auch noch gratis. War auch ein Novum in Österreich. Wenn ich mir das jetzt Jahre später anschau: Die Fenster bleiben alle zu. Das heißt die Leute haben es probiert, haben es probiert und haben es gesehen und dann geht man auch wieder zurück. Ich kann auch ins Internet gehen. Da bin ich wesentlich besser aufgehoben als mit retuschierten Menschen, wo ich Köpfe auf andere Ballkleider setze und in den Ringstraßengalerien ein Foto bringe – ich weiß nicht: „Die Schauspieler XY war in Wien.“ Das war ein Gerücht. Keiner hat sie gesehen, keiner hat sie fotografiert. Stundenlang recherchiert man und denkt sich: Ich bin doch nicht blöd! *[lacht]*
- CS: Wo ist die? *[lacht]*
- DH: Wo ist sie? *[lacht]* Wo ist unser Fotograf? Wirklich, so ist es dann auch: Man schickt dann die Fotografen raus und dann ist es ein Fake. Dem sitzen wir auch manchmal auf, weil wir uns natürlich auch nach diesen Medien orientieren, wir können sie nicht vollkommen auslassen.
- CS: Weil ganz ignorieren kann man sie nicht.
- DH: Nein.
- CS: Aber man muss sie mit Vorsicht genießen, sage ich mal.
- DH: Nein. Ja, auch.
- CS: Ich bin eigentlich mit meinen großen Fragen sage ich mal durch – ich halte sie auch schon ganz lange auf, aber es ist auch so interessant. Ich würde sie noch zum Schluss gerne um zwei persönliche Einschätzungen bitten. Wenn Sie jetzt an die fehlende Professionalisierung bei Amateuraufnahmen denken, wirkt sich das Ihrer Meinung nach auf Dauer auch auf die journalistische Qualität irgendwo aus?
- DH: *[überlegt]* Hm.
- CS: Des journalistischen Produktes, sage ich mal.
- DH: Ja, da erwischen Sie meinen wunden Punkt. Es ist halt so: Amateure haben heute ganz andere Möglichkeiten. Kurzer Schweifer: ich war jetzt letztes privat auf einer Fotoreise, auf einer Fotoreise und ich bin mit meinem kleinen Rucksack Fotoequipment gekommen und das waren alles Amateure. Die Amateure sind Koffern gekommen. Es ging um Makrofotografie und Naturfotografie. Und also ich war sicher von den sechs Leuten die schlechteste. Ich da überlegt man sich dann schon: „Also was geht hier ab?“ *[lacht]*
- CS: *[lacht]*
- DH: Na, das muss man so offen sagen. Da sieht man auch – nur, das sind natürlich auch Menschen, die in ihrer Pension ihr Hobby dermaßen, ja... Nur, das ist wundervoll und darauf greife ich auch gerne zurück, wenn ich... wie gesagt... wenn es etwas Außergewöhnliches ist. Aber ich habe einen Fotografenstand. Es gibt einen Berufsstand. Und mir ist das – das sehe ich auch in meiner Verantwortung – mir ist es sehr wohl wichtig – und das mag jetzt konservativ klingen – diesen Berufsstand auch am Leben zu erhalten. Und nicht zu sagen – na ja, den wundervollen Sonnenuntergang, den nehme ich mir, den will ein Fotograf eh nicht machen. Aber ich nehme mir diese

Amateurgeschichte her, weil... da muss es wirklich so sein, dass ich sage. „Das habe ich noch nie gesehen!“ Aber wenn ich etwas Vergleichbares eines Kollegen habe, der davon lebt und davon seinen Lebensunterhalt bestreitet, dann werde ich dann das von diesem Kollegen nehmen – und das wird vermutlich ein großer Aufschrei bei den Amateuren sein – aber dann... Das sehe ich so. Das ist ein Berufsstand und ich will diesen Berufsstand nicht *killen*. Da leben Menschen davon, die ihr Equipment tagtäglich benutzen. So ein Equipment kostet rund 10.000 Euro, der Verschleiß ist ein großer. Das heißt, ich kann, wenn ich seriös arbeite, drei, vier... Dann werde ich mir das überlegen, ob ich ihm genau das gebe. Wie gesagt: Wenn ich etwas sehe, das ich so nie gesehen habe, dann überlege ich nicht. Das ist meine journalistische Pflicht das zu nehmen. Und das tue ich dann auch, ohne Wenn und Aber.

CS: Wenn nur, wenn es dann aber auch einen Mehrwert mit sich bringt?

DH: Aber nur, wenn es einen Mehrwert für den Leser hat.

CS: Meine nächste Frage wäre eigentlich gewesen, ob es nach Ihrer Einschätzung... ja, ob die Amateure diese Profession des professionellen Pressefotografen drohen zu verdrängen.

DH: Natürlich!

CS: Haben Sie jetzt eh gerade schon angesprochen.

DH: Natürlich! Wenn Sie sich heute umsehen und einfach nur eine kleine Recherche machen, wie viele Fotokurse es gibt. Und wenn ich da rein gehe und was ich da lerne, das ist natürlich... – Und wenn jetzt da auch noch jemand ein Talent hat, aber trotzdem seinen Job im Marketing liebt und das aber *by the way* ein bisschen nebenbei macht – natürlich! Also der Stand ist nicht einfach.

CS: Und wie Sie vorhin ganz am Anfang auch schon gesagt hatten: Es leisten oder können sich ja auch viele Redaktionen kaum noch eigene Fotografen leisten.

DH: So ist es. Aber das ist genau die Problematik. Ich kriege oft in der Redaktion gesagt: „Na, dann nimm doch das!“ Oder: „Nimm doch ein Stock-Foto!“ Sehen Sie sich heute mal eine Stock-Agentur *Fotolia* an, gehen Sie rein und Sie wollen eine Reisegeschichte machen. Da sind Aufnahmen drinnen, da brauche ich keinen Fotografen hinschicken. Das nehme ich und zahle ein Paket von 10 Euro, fertig. Das muss es auch geben und damit leben wir auch gut. Aber es muss einen Unterschied geben. Gerade in der Pressefotografie finde ich es wahnsinnig wichtig. Ich habe zwei bis dreimal im Monat Fotografen – wissen Sie, wie viele Fotografen sich selbstständig machen? Es ist unglaublich!

CS: Viele, schätze ich.

DH: Ganz, ganz viele Quereinsteiger, die sagen: „Das war mein Hobby, ich komme mit meiner kleinen Canon und ich kann was. Ich habe so viel Feedback bekommen, ich habe so viele Kurse gemacht, ich löse einen Gewerbeschein und da bin ich.“ Dazu braucht es ein bisschen mehr. Wenn man heute den Fernseher aufdreht gibt es Kochkurse, Kochshows und wir können alle kochen. Wir können auch alle fotografieren. Das Equipment erlaubt es uns heute, fantastische Fotos zu machen. Da brauche ich nicht einmal ein besonders großes Talent dazu. Eine Einstellung und ich kann mich durchschummeln und ich habe *Wow-Fotos*, die ich herzeige. Nur ich bin kein Sternekoch, nur weil ich mir 38 Kochkurse – und wenn es die *[unverständlich]* oder bei irgendjemand war.... ich bin noch immer... ich kann nicht das Fabios führen. Das wäre anmaßend. Aber man sieht es nicht als anmaßend an, zu sagen: „Ich habe jetzt zwei Jahre lang fotografiert, das sind meine Sonnenblumen-Bilder, ich möchte Pressefotograf werden.“ Und wenn man sagt: „Es tut mir Leid, ich glaube nicht, dass Sie den ...und ich habe auch nicht die Zeit, Sie da einzuführen, weil die Auswahl sehr groß ist“, dann stoße ich auf nicht viel Verständnis. Da ist immer mein Beispiel mit dem Kochen. Nicht sehr beliebt, aber es ist so. Es gibt Profis und das ist auch gut so und es ist wichtig.

CS: Und die sollen auch bleiben dürfen.

DH: Die müssen bleiben.

CS: Der Kurier hat eigene Fotografen?

DH: Wir haben eigene Kurier-Fotografen und die decken auch wirklich das ganze Spektrum ab, vom Prozess über einen Lokalausweis bei einem Mord über Interviews im Ausland mit Autoren und internationalen Schauspielern bis hin zu *[unverständlich]*. Also, wir machen alles selber.

CS: Also Das ganze Spektrum.

DH: Also das ist wirklich auch gut so.

CS: Ja. Gibt es noch irgendetwas, das Sie gerne ergänzen wollen würden, was jetzt gar nicht angesprochen wurde?

DH: Hm, nein, eigentlich nicht.
CS: Ich glaube, Wir haben eh...
DH: Wir haben eh alles. *[lacht]*
CS: Ja, es hat jetzt doch länger gedauert.
DH: Kein Problem.
CS: Aber ich fand es sehr, sehr interessant.
DH: Das freut mich.
CS: Ich nehme ganz viel mit aus dem Gespräch. Herzlichen Dank, dass Sie mir Rede und Antwort gestanden haben.
DH: Gerne.

Interview mit Clemens Fabry (CF)

Fotograf bei Die Presse

Transkriptionskürzel des Interviewten: CF

Transkriptionskürzel der Interviewerin: CS

- CS: Kurz noch mal ein Einstieg, ich habe es ohnehin schon geschrieben: Ich beschäftigte mich in meiner Magisterarbeit mit dem Umgang von Redakteuren bzw. Bildredakteuren mit digitalen Amateuraufnahmen. Für mich ist jetzt auch gerade einmal die Sicht von einem Fotografen auch interessant, du sicher trotzdem die Mechanismen dahinter kennst. Auf das Thema bin ich gekommen, weil einfach seit einigen Jahren vermehrt Fotos aus privaten Digitalkameras und Smartphones in der Berichterstattung auftauchen. Meine Frage zum Einstieg wäre einmal, welche Vorteile sieht du denn für Journalisten und Redakteure durch digitale Amateuraufnahmen und welche Nachteile grundsätzlich?
- CF: Man muss einmal den Begriff Amateuraufnahmen ein bisschen präzisieren. Es gibt nämlich so genannte „Amateure“, die sehr, sehr gute Bilder machen können. Die haben in Top-Equipment und die machen wirklich phantastische Bilder. Und dann gibt es den Amateur so wie landläufig der Begriff ist, der einfach mit seinem Smartphone hinhält und zack draufdrückt.
- CS: Weil er zufällig vor Ort ist?
- CF: Weil er zufällig vor Ort ist, weil ihm das halt gefällt. Da gibt es Millionen Gründe, warum der jetzt ein Bild macht. Für die aktuelle Berichterstattung jetzt einmal speziell bei uns in der Presse hat die Amateurfotografie überhaupt keine Bedeutung, weil wir uns auf „richtige“ professionelle Fotografen verlassen. Das kommt auch dazu: Amateurfotografen leben nicht von der Fotografie. Das ist auch ein wesentlicher Punkt. Das gehört noch zum vorherigen dazu, was ich gesagt habe. Es ist so: Manchmal fotografieren Redakteure selber, wenn die z.B. jetzt in der Ukraine sind. Da haben wir leider nicht die Ressourcen, dass ich mitfahren kann. Ich würde sehr gerne mitfahren, aber es geht leider nicht. Oder wir haben einen zweiten Redakteur, der sehr viel in Afrika unterwegs ist, der fotografiert auch selber. Das würde ich auch als Amateuraufnahme bezeichnen, obwohl das Redakteure sind. Da kann man nicht anders. Da muss man sich mit dem behelfen, dass wir diese Aufnahmen haben. Aber das ist zumindest etwas aus dem Haus. Amateuraufnahmen von fremden Leuten draußen kommen hin und wieder rein, werden aber nie genommen. Weil, ein ganz wesentlicher Punkt ist das Entgelt und der zweite Punkt, wenn irgendwelche Menschen drauf sind, ist die Rechtssicherheit. Wir die Zeitung und die Bildagenturen liefern Rechtssicherheit, wenn sie ein Bild zur Verfügung stellen. D.h. die Leute, die darauf zu sehen sind, haben ihre Einwilligung gegeben bzw. sind Personen des öffentlichen Lebens, d.h. sie müssen damit rechnen, dass sie fotografiert werden. Ich kann mich an eine große Ausnahme erinnern, da wurden Amateurfotos genommen und zwar war das in Kaprun, als dieses Seilbahnglück war – ich weiß nicht, ob du dich dran erinnern kannst?
- CS: Doch, ja.
- CF: Als die Schrägseilbahn mitten im Tunnel zu brennen angefangen hat und da hat es Fotos gegeben von der Ausstiegsstation oben am Berg, wo der Rauch rauskommt aus diesem Loch und das hat ein Amateur gemacht. Da hat die Agentur Reuters, glaube ich, ziemlich viel Geld bezahlt und hat dem das abgekauft, exklusiv.
- CS: Weil es nur dieses Bild davon gab.
- CF: Das war das einzige Bild von dem Moment, wo dieser Wagen gebrannt hat. Weil, natürlich, da sind keine Agenturen dort und warten darauf, dass was passiert, klarerweise.
- CS: Nein, klar. *[lacht]*
- CF: Genauso beim *World Trade Center*. Da gibt es schon Agenturaufnahmen, aber die wirklichen Aufnahmen von dort sind eigentlich alles Amateure, weil sonst niemand dort war. Es rechnet ja auch niemand damit.
- CS: Das heißt, ein Vorteil ist einmal, wenn niemand vor Ort ist, dass man dann eben auch Bildmaterial bekommt, das man sonst einfach nicht hätte.
- CF: Was wir untertags manchmal haben, dass jemand Fotos schickt: „Ja, ich habe ein Bild gemacht, wie die Straßenbahn entgleist ist.“ Ok. Oder auch – ich rechne auch zu Amateuraufnahmen dazu: Aufnahmen von der Freiwilligen Feuerwehr, wenn die gerade bei Unfällen sind. Oder vom ÖAMTC, wenn die gerade eine Massenkarambolage fotografieren. Das rechne ich auch zu Ama-

- teuraufnahmen. Da ist es aber dann meistens so, dass die *Austria Presse Agentur* denen die Bilder abkauft und dann weiter zur Verfügung stellt.
- CS: Und dann wird es aber schon von euch verwendet, weil es sozusagen schon über die Agentur gelaufen ist?
- CF: Genau, ja. Sind aber in weitestem Sinne trotzdem Amateuraufnahmen.
- CS: Gut, da sind jetzt einige Vorteile angesprochen, eben dass man so auf Bildmaterial zugreifen kann, das es sonst gar nicht gäbe.
- CF: Ja.
- CS: Was sind Nachteile, deiner Ansicht nach? Oder Probleme?
- CF: Die Bildqualität. Die Bildqualität ist wirklich ein Nachteil, mit dem man eben leben muss, weil die Handys alle zerkratzte Linsen haben. Die Bildqualität ist wirklich bei so einem Wetter, wie es heute ist – blauer Himmel, Sonnenschein – dann machen Handys gute Bilder. Aber sobald es darum geht, dass es dunkel ist, das etwas sich bewegt, das man eine gewisse Bildinformation besonders braucht oder allein, wenn es ins Kreative geht. Da ist beim Handy Schluss. Da muss man irgendwas nehmen, was das Handy halt anbietet an kreativen Möglichkeiten und dann ist es vorbei. Eigentlich ist es meistens die Bildqualität.
- CS: Wobei da natürlich sicher auch noch einmal ein Unterscheid zu machen ist zwischen online und Print, weil viele Bilder für Print ausscheiden, oder?
- CF: Im Print ist es sowieso dann. Dabei sinkt die Qualität sowieso noch einmal. Sogar bei Profis. Und dann besonders in der Tageszeitung, weil die Tageszeitung ja eine ganz schlechte Papierqualität und Druckqualität hat. Dasselbe Bild in einem Hochglanzmedium schaut ganz anders aus als in einer Tageszeitung.
- CS: Mich würde noch interessieren, gibt es jetzt besondere Richtlinien im Umgang mit Amateuraufnahmen im Vergleich zu professionellen Aufnahmen?
- CF: Richtlinien... *[überlegt]* Na ja, bei einem Bild gelten eigentlich immer die Richtlinien, die auch bei einem Profi gelten. Es darf eigentlich nicht bearbeitet sein. Der Bildinhalt darf nicht verfälscht sein. Es gibt von Reuters – das kann ich dir zeigen, wenn ich es finde – gibt es eigene Reuters-Richtlinien. Da habe ich das, so. *[zeigt Reuters-Richtlinien am PC]* Was man als Fotograf darf und was man nicht darf. Da hat es einen Fall gegeben im Irakkrieg, da wurde ein Reuters Fotograf rausgeschmissen, weil irgendwie den Rauch eines Bombenangriffs, ich glaube, verdoppelt oder vergrößert hat.
- CS: Damit es dramatischer aussieht?
- CF: Das sind die Richtlinien: Was zum Beispiel zulässig ist, ist: Beschneiden, Anpassen der Tonwerte, geringfügige... *[unverständlich]*, Nachschärfen, vorsichtiger Gebrauch... *[unverständlich]*, Nachbelichtung, Anpassung von Licht und Schatten, Prüfen der Grautöne und Setzen des... *[unverständlich]* Also, das ist wirklich ganz – also das ist eigentlich fast keine Bildbearbeitung, was da geschieht.
- CS: Das ist eigentlich auch – ich habe mich ja auch in der Theorie damit befasst – wenn ich das jetzt so lese, hauptsächlich auch das, was man früher auch schon bei der Fotografie, als es noch analog und mit Entwickeln gelaufen ist, ja auch gemacht hat.
- CF: Ja, sobald du in der Dunkelkammer bist, kannst du ja auch abwedeln, du kannst das Bild ein bisschen drehen, du kannst einen Ausschnitt wählen. Genau diese Sachen, die man in der Dunkelkammer hätte machen können, sind jetzt auch erlaubt. Ganz unzulässig: Hinzufügen, Weglassen, Stempel, Reparaturwerkzeuge – diese ganzen Werkzeuge. Selektives Schärfen einzelner Bereiche. Also das Ganze Bild nachschärfen das machen eh alle, weil hin und wieder hast du eine leichte Unschärfe, weil sich der halt schnell bewegt und da geht man dann halt geschwind mit einem Filter drüber. Übermäßiges Auf- und Abdunkeln, pam pam pam, automatische Tonwertkorrektur, Weichzeichnen, Radiergummi, Maskieren, Schärfen in der Kamera und kamera-interne Änderung der Sättigung. Ja, solche Sachen halt.
- CS: Ist das super intern oder gibt es das auch irgendwo von Reuters?
- CF: Das sind die Reuters-Richtlinien. Ich glaube schon, dass das ganz was Offizielles ist.
- CS: Also finde ich das auch irgendwo im Internet?
- CF: Ich kann dir das auch gerne schicken, wenn du magst.
- CS: Oder so, das wäre noch besser. Danke.
- CF: Ja, machen wir dann nachher.
- CS: Gut, das heißt alles, was das Bild in irgendeiner Form verfälscht ist sowieso ...
- CF: Vor allem den Bildinhalt.

- CS: Vor allem natürlich den Bildinhalt. Da komme ich dann später auch noch einmal drauf zurück. Mich würde interessieren, du hast es eh gesagt, an sich greift ihr nicht auf Amateuraufnahmen zurück, wenn es die Möglichkeit gibt, professionelle Bilder zu bekommen.
- CF: Ja, genau.
- CS: Was muss denn ein Amateurbild haben – wenn es jetzt wirklich mal der Fall ist, dass es wirklich keine professionellen Bilder davon gibt – was muss es haben, damit es verwendet werden kann bei euch?
- CF: Hm... *[überlegt]* Es muss eine Einmaligkeit haben. Es darf nicht wiederholbar sein. Also es kann zum Beispiel nicht sein, dass jemand sagt: „Pass auf, wir haben da jetzt ein Amateurbild bekommen, fahre hin und fotografiere das nach.“
- CS: Das heißt es muss auch, wie du schon gesagt hast, eine gewisse Exklusivität da sein, dass es einfach kein anderes Material davon gibt.
- CF: Ja, ja. Die Nachfotografierbarkeit ist auch beim Bildverkauf wichtig – auch bei mir, wenn ich Bilder verkaufe: Wenn ein Bild nicht wiederholbar ist, dann steigt der Preis natürlich.
- CS: Welche Rolle spielt denn bei den Aufnahmen dann die fehlende Professionalisierung? Du hast schon gesagt, es gibt ja auch Amateure, die zum Teil sehr professionelle Bilder zustanden bringen.
- CF: Ja.
- CS: Ab wann ist es dann so unprofessionell, dass ihr es nicht mehr verwendet? Ist wahrscheinlich schwierig, so zu fragen?
- CF: Das hängt dann eigentlich gar nicht davon ab, ob das jetzt ein professionelles Bild ist oder nicht, sondern das hängt dann eher davon ab, ob es eine Geschichte gibt zu dem Bild. Weil meistens, eigentlich ist es immer so, dass zuerst der Redakteur eine Geschichte macht und dann heißt es: Ok, wir brauchen noch ein Foto dazu. Das heißt ein Foto, das nur so reinkommt ohne Geschichte, das muss wirklich ganz was besonderes sein.
- CS: Damit es überhaupt eine Chance hat.
- CF: Damit es überhaupt eine Chance hat. Und das ist dann qualitätsunabhängig. Es gibt keinen der sagt: „Ach, das ist so ein tolles Bild, wird haben zwar keinen Text dazu, aber bringen wir es trotzdem.“
- CS: Also muss eine Story dahinter sein, die es sonst nicht...
- CF: Ja. Und dieses sogenannten *stand alone*-Bilder, die wir auch in der Zeitung haben, das sind diese Bilder, wo wirklich das Bild alleine steht und drunter ist ein 3-zeiliger Bildtext. Selbst das sind immer Agenturbilder und die kommen aus der ganzen Welt. Sei es jetzt ein Vulkanausbruch, sei es jetzt eine besondere Geschichte am Ende der Welt und das sind immer Agenturen.
- CS: Mit den Richtlinien hast du ja jetzt auch schon einen wichtigen Punkt angeschnitten, dass bei Bildern am Inhalt bzw. Bildinhalt nichts verändert werden darf. Das ist wahrscheinlich jedem Journalisten und auch jedem professionellen Fotografen, der das hauptberuflich betreibt, klar. Was mich aber interessieren würde ist, wie wird denn jetzt bei Amateuraufnahmen das überprüft, inwiefern das echt ist, inwiefern das authentisch ist? Weil, wenn ich jetzt an ganz einfache Programme wie Photoshop denke, also ich meine, ich bin jetzt wirklich auch kein Profi, was Bildbearbeitung betrifft, aber dass ich irgendwas wegschneide oder vielleicht irgendwas rausretuschiere, kriegt man ja relativ leicht heutzutage schon hin. Wie kann man das nachprüfen? Also kann man überhaupt an einem Bild erkennen, ob es irgendwie manipuliert wurde oder nicht?
- CF: Man bekommt ein bisschen ein Auge dafür, ob ein Bild „gephotoshopt“ ist oder nicht. Also du kannst davon ausgehen, in der Modefotografie, Produktfotografie, Lifestyle-Fotografie, das ist Photoshop pur, das sind Orgien, die da stattfinden. Du brauchst dir nur bei uns das *Schaufenster* anschauen. Also ohne Photoshop geht da gar nichts. Zeitungsfotografie ist eigentlich unter Anführungszeichen „Photoshop-frei“. Unsere Bildbearbeitung beschränkt sich darauf, unsere Bilder für den Druck zu optimieren. Vielleicht ein bisschen zu drehen, vielleicht ein bisschen die Gradation zu verändern. Du kannst bis zu einem gewissen Grad nicht erkennen, ob jetzt jemand ein Bild sehr bearbeitet hat oder nicht. Wenn der Bildinhalt wirklich dramatisch ist, dann muss der Fotograf eh nichts machen, dann spricht das Bild eh für sich. Um etwas zu verstärken... *[überlegt]* Nachprüfen kann man es eigentlich nicht, wenn es dezent gemacht ist. Es gibt natürlich Photoshop-Sachen, also Bilder, die schreien „Ich wurde bearbeitet!“, das gibt es schon. Aber du musst davon ausgehen, vor allem, wenn es schnell geht: Ok, der Fotograf sagt die Wahrheit. Wenn jetzt wirklich das dramatische Bild daherkommt, das wirklich nur der Herr Müller auf sei-

- nem Handy hat, das hat er in den Computer hinein gegeben, ist jetzt mit dem Photoshop kurz drüber oder nicht drüber gegangen.
- CS: Da spielt dann aber sicher auch, wie du schon angesprochen hast, die Erfahrung in der Redaktion eine Rolle.
- CF: Und auch, welches Medium das nimmt. Es gibt österreichische Medien, denen ist das mehr egal als Qualitätsmedien, ob ein Bild jetzt sehr stark bearbeitet ist oder nicht.
- CS: Die sind da nicht so sorgfältig.
- CF: Ja, die sind da nicht so heikel.
- CS: Hinterlässt das denn im Photoshop irgendwelche Spuren, wenn man was bearbeitet? Kann man das in der Bildinformation im Hintergrund möglicherweise erkennen, wenn man sehr geschickt ist?
- CF: Wenn es ein jpg-Bild ist, glaube ich, wird die Bearbeitung nicht mit gespeichert. Es gibt die Speichermöglichkeit psd, meines Wissens nach – ich muss gestehen, ich bin kein Photoshop-Profi, da müsstest du kompetentere Leute fragen – aber meines Wissens, in dieser Speicherform psd, das ist ein Photoshop eigenes Format, da werden, glaube ich, sämtliche Schritte aufgezeichnet.
- CS: Aber könnte man umgehen, indem man einfach ein jpg macht.
- CF: Ich bin mir zu 99% sicher, ja. Dann machst du ein jpg draus und fertig und dann ist alles weg.
- CS: Und da müsste man dann schon sehr auf Spurensuche gehen, um das herauszufinden.
- CF: Ein „Photoshop-Forensiker“ oder jemand, der sich da wirklich auskennt, der wird das vermutlich herausfinden, Ja. das könnte ich mir schon vorstellen. Es gibt ja auch ein Dateiformat – ich glaube, das ist eh das psd – wo das Urfoto gespeichert wird und das Endprodukt und die Schritte dazwischen. Ich glaube, so funktioniert das. Aber wie gesagt, da darfst du mich jetzt nicht festnageln.
- CS: Aber im Tagesgeschäft, sage ich einmal, verlasst ihr euch auch oder müsst ihr euch auch einfach ein bisschen auf eure Erfahrung verlassen, auf euer Wissen, auf euer eigenes Können.
- CF: Andere Tageszeitungen, kleinere Tageszeitungen, die lokaler sind, die haben zum Beispiel sehr viele Amateurbilder drinnen. So Kleinformat – zum Beispiel eine Straßenbahntgleisung, worüber ja die Qualitätszeitung nicht berichtet, das ist bei uns eine kleine Kurzmeldung. Aber andere Zeitungen zum Beispiel Gratiszeitungen oder eben... weiß ich nicht. Eben die berühmte Straßenbahntgleisung oder irgendetwas. Ein Baukran, der umgestürzt ist. Da sind natürlich Leute dort, die drücken am Handy drauf und schicken das an die Zeitung. Diese Zeitungen verwenden Amateuraufnahmen schon sehr häufig.
- CS: Aber dann auch, sage ich einmal, hauptsächlich im *Lokalen*, was ja bei denen auch einfach einen höheren Stellenwert hat als jetzt in einer Presse, zum Beispiel.
- CF: Ja, genau. Wir verwenden eigentlich ausschließlich Agenturbilder bzw. von eigenen, also von mir und von freien Fotografen.
- CS: Schwierige Frage: Wie sieht es denn, wenn man jetzt auch an Manipulationen im Hinblick von gestellte Szenen denkt, aus?
- CF: Das machen Profis genauso. Also, „gestellte Szenen“, das ist sehr dehnbar, „gestellte Szenen“.
- CS: Ja, schon. Ab wann ist eine Szene gestellt? Ist eine Pressekonferenz gestellt?
- CF: Wir gehen gleich bei uns ins Bildarchiv hinein, da kann ich dir das schnell zeigen anhand der Bilder, die heute so rein gekommen sind, nämlich meine. Wir schauen jetzt einmal nur meine an. *[zeigt am PC Bilder aus dem Archiv]* Das ist ein Streitgespräch Darabosch/Blümel. Diese Bilder, sieht man ja, sind nicht gestellt. Ich habe ihnen zwar gesagt, wo sie sich hinsetzen sollen, das habe ich schon getan. Auch beim Herrn Kleiner, dem habe ich noch nicht einmal gesagt, wo er sich hinsetzen soll. Die sind alle nicht gestellt, die Bilder. Das einzige, was ich gemacht habe, ich habe ihn gebeten, hier seine Jacke auf der Seite, die habe ich weggegeben. Das war das einzige. *[scrollt nach unten]* Die sind alle nicht gestellt. *[scrollt weiter nach unten]* Auch nicht gestellt, auch nicht gestellt. *[scrollt weiter nach unten]* Die sind natürlich gestellt, weil der ist ja extra dort hingekommen, weil der veranstaltet jetzt im... *[unverständlich]* einen Techno-Ball. Ja und das ist das Utensil, dieser weiße Zylinder. Und da haben wir natürlich versucht und er hat mitgespielt, ein witziges Bild zu machen. Das ist natürlich gestellt... – Ich sag den Leuten immer, sie sollen dastehen, wie sie sich wohl fühlen. Das einzige ist, sie müssen halt zu mir schauen. *[scrollt weiter nach unten]* Das ist wiederum gestellt. Das ist für den Sonntag und Sonntag haben wir immer die ganzen Personen drauf, Also, es ist zwar inszeniert, aber sanft. Es ist jetzt nicht so, dass ich ihnen sage: Geben sie die Hand da her, geben sie die Hand daher, machen sie

- es so, machen sie es, es ist keine Visagistin dabei, es ist keine Frisöse dabei, sie müssen nichts extra anziehen. Also, es ist ein anderes „gestellt“ als in der Modefotografie, zum Beispiel.
- CS: Und die Übergänge sind wahrscheinlich dann auch fließend.
- CF: Natürlich. Es ist zwar irgendwo gestellt, aber es ist keine gestellte Szene in dem Sinne, dass sie – manchmal sind so Shake-Hands, wenn Politiker sich grüßen, das machen die halt nur für die Fotografen.
- CS: Und wenn man jetzt wieder daran denkt, dass... also ich meine, wie du sagst, die Presse ist da ja eh vorsichtig bei Amateuraufnahmen, dann eher nur, wenn es über die Agentur kommt. Aber wie sicher kann man sich dann da sein, dass das keine komplett gestellte Szene ist? Ich meine, das gibt es ja immer wieder...
- CF: Na ja, manchmal müssen wir sogar Szenen nachstellen. Ich erinnere mich an eine Geschichte, das war im Forum Bildung, da ging es um die Größe von Studentenwohnungen. Da musste die Enge einer Studentenwohnung dargestellt werden. Und natürlich bin ich dann zu einer Studentin gegangen, hab ihr gesagt: „Setz dich da her, nimm viele Bücher, leg die da auf.“ Das Bett haben wir „zerwutelt“, einen Kaffee, einen angebissenen Apfel... natürlich haben wir das ein bisschen inszeniert und dann habe ich das Bild ein bisschen von oben gemacht, weil sonst die Bildaussage nicht raus gekommen wäre. Da muss man einfach ein bisschen, wie soll man sagen – das ist so wie würzen eines ansonsten faden Gerichts oder – blöder Vergleich: Hübsche Frauen schminken sich trotzdem immer ein bisschen. Warum? Ja, damit einfach das, was da ist, noch ein bisschen hervorgehoben wird.
- CS: Aber ich denke jetzt wirklich so an: Wenn man jetzt denkt, beispielsweise, an irgendwelche Kriegs- und Krisengebiete, da ist es ja auch immer wieder Thema. Wenn da dann irgendwelche Szenen gezeigt werden – tendenziell tauchen dann natürlich auch oft Videos auf – ich weiß nicht, nach irgendeinem Bombenangriff, der da war und da sind angeblich so und so viele Leute gestorben und man sieht weinende Frauen. Wie ist da eure Einschätzung? Wie sehr kann man sich drauf verlassen, dass solche Bilder authentisch sind?
- CF: Verlassen kannst du dich darauf gar nicht, weil die Geschichte zum Bild oft hinterher kommt. Da erfährt man ja oft, dass diese Szene eigentlich ganz woanders war, aber es hat gut dazu gepasst. Das erfährt man dann oft hinterher. Also, ich würde einmal sagen, in 95% der Fälle passt das. Manchmal ist es so: Du hast zum Beispiel einen Schutthaufen, wie Trümmer von einem zerbombten Haus und der Fotograf nimmt eine Stoffpuppe, die einfach weiter weg liegt und legt die auf die Trümmer drauf. Ist das jetzt Manipulation? Im Grunde ja, aber er verändert vom Bildinhalt nichts. Er macht nur das, was schon da ist, einfach noch ein bisschen interessanter. Denn sonst hätte er nur graue Trümmer mit ein bisschen Geschirr und Ziegeln und so weiter und jetzt hat er halt noch das Element des Kindes dazugegeben. Aus meiner Sicht zulässig. Wenn man es sehr streng auslegt, dann... Wie nicht... Es beginnt die Manipulation ja schon da: Welches Objektiv ich verwende? Da fängt es ja eigentlich schon an. Welchen Bildausschnitt nehme ich? Weil, vielleicht ist das ja nur ein Haus und die daneben haben gar nichts. Oder du hast ja oft solche Fotos mit unberührten Landschaften. Was man aber nicht weiß, ist, dass hinterm Fotografen die Autobahn ist.
- CS: Natürlich, was sich hinter der Kamera abgespielt hat, sieht man sowieso nie.
- CF: Richtig. Also das Manipulative in der Fotografie, das ist ein – seitdem es die Fotografie gibt, gibt es das Gespräch über die Manipulation der Fotografie. Mach ich es farbig, mach ich es schwarz-weiß? Welchen Bildausschnitt nehme ich?
- CS: Spielt es dann jetzt bei Aufnahmen, die jetzt eben nicht aus professionellen Kameras stammen für euch eine Rolle, ob ihr dieses Material über eine Agentur bekommt oder ob es ggf. direkt von dem Fotografen kommt? Seid ihr da kritischer? Seid ihr auch trotzdem kritisch, wenn es von der Agentur kommt?
- CF: Wenn es von der Agentur kommt, gibt es gar nichts. Da geht es dann nur darum, brauchen wir das Bild, ja oder nein? Haben wir eine Geschichte dazu, ja oder nein? Ist das Bild stark, dass wir es als *stand alone* nehmen mit einem kleineren Bildtext, ja oder nein? Also da gibt es die Bedenken gar nicht. Wenn es direkt von einem Amateur kommt, meiner Erfahrung nach: Na ja, schauen wir mal, wir wissen noch nicht, ob wir es brauchen können. Also, da ist eine gewisse Distanz da. Da ist schon ein Graben da.
- CS: Da ist man ein bisschen vorsichtiger.
- CF: Vor allem, dann beginnt die ganze Honorargeschichte natürlich, es beginnt das Thema der Rechtssicherheit und so weiter und so weiter. Also da ist eine gewisse Vorsicht schon da. Bei

- der Agentur überhaupt nicht, weil die mit dem Vertrag, den wir mit denen haben ist das Bild koscher und fertig und dann kann man es auch verwenden.
- CS: Und da kann man auch davon ausgehen, dass die das dementsprechend geprüft haben?
- CF: Richtig. Genau.
- CS: Wenn es jetzt einmal Aufnahmen gibt, wo es wirklich der Fall ist, dass man jetzt nicht zu 100% sicher sein kann „Ist das jetzt tatsächlich authentisch, ist es nicht authentisch?“, das Bild vielleicht aber doch so eine Exklusivität besitzt, dass man sich denkt: „Eigentlich müsste man es bringen.“ Wie wird das bei euch gehandhabt? Hält man es dann doch lieber zurück? Bringt man es, macht es aber transparent, dass das eine unsichere Quellenlage ist, dass das nicht verifiziert werden konnte? Wie ist da so die Linie?
- CF: Ich würde sagen, das hängt von der Qualität des Mediums ab. Medien, die auf Masse aus sind, werden das Bild wahrscheinlich ungeschaut nehmen und sofort reinstellen mit Kommentar. Wenn es in unserer Zeitung wäre, bin ich mir sicher, dass da nachrecherchiert wird, was mit diesem Bild jetzt ist, ob wir es nehmen dürfen, wie es aussieht mit dem Honorar. Dann wird wahrscheinlich bei der Agentur, bei der Austria Presse Agentur oder bei der epi oder bei Reuters angerufen: „habt ihr dieses Bild auch? Wisst ihr davon irgendetwas? Also da würde das bei uns schon überprüft werden, um... *[überlegt]* Ich weiß nicht wie es im Zweifelsfall wäre, wenn so ein Fall ist, wie du sagst, es ist eine exklusive Geschichte – ich weiß nicht – vielleicht ein Terroranschlag, wo es wirklich nur dieses eine Bild gibt oder was auch immer. Ob wir das nehmen würden? Das kann man glaube ich nicht verallgemeinern. Vielleicht schließt man sich dann sogar mit anderen Zeitungen kurz, wie die das handhaben. Also in unserem Fall halt mit dem Standard und Kurier würde man sich dann kurzschließen. Im Endeffekt ist es eine Entscheidung der Chefredaktion in letzter Instanz.
- CS: Das wäre auch die Frage, die ich noch angeschlossen hätte, nämlich welche Rolle denn der Konkurrenzdruck spielt? Also wenn man einfach mal sagt: „Ok, auch wenn wir es nicht bringen, die anderen bringen es sowieso.“ oder auch dann der Zeitdruck, der ja auch speziell bei online viel mehr noch als bei Print dahinter ist.
- CF: Der Zeitdruck spielt sowieso immer eine Rolle, weil es den Redaktionsschluss gibt. Das ist bei uns um 18:00 Uhr. Da muss die letzte Seite gehen und das ist traditionellerweise bei uns die Seite 1. Dann kann man natürlich Mutationen machen, das heißt, man kann die Seiten neu gestalten. Mit anderen Zeitungen? *[überlegt]* Es ist so: Intern im Haus, das merke ich immer wieder, ist das Schielen auf andere Zeitungen – aus meiner Sicht – viel intensiver als für die Leute auf der Straße draußen. Also im Haus ist es oft so: „Na geh, warum hat das der Standard, wir das nicht? Die haben das aber auch so und warum haben wir das nicht?“ Oder dann im Gegenzug: „Juhu, wir haben das, der hat das nicht!“ Das ist dem Leser draußen vollkommen Blunzen. Also das ist wirklich so ein eigenes Süppchen.
- CS: Weil man natürlich auch davon ausgehen muss, dass eine Leser jetzt nicht jeden Tag 3 Tageszeitungen liest, sondern man hat ja meistens so seine eine, die man immer liest.
- CF: Das machen die wenigsten. Das machen Pressesprecher, die machen halt einen Pressespiegel für den Minister XY, aber die wenigsten lesen beide Zeitungen. Also, es gibt schon natürlich einen Kontakt der Qualitätszeitungen oder der Redakteure untereinander oder man trifft sich bei Interviews. Die kommen raus und wir gehen rein. Da gibt es natürlich einen kurzen Smalltalk. Aber bei Bildern habe ich es eigentlich noch nicht erlebt, dass es da etwas gegeben hat.
- CS: Werden nicht professionelle Aufnahmen, wenn sie bei euch verwendet werden denn auf besondere Weise gekennzeichnet? Sei es jetzt, dass es von der Agentur kommt oder von einem Privaten?
- CF: Also es steht nicht drunter: „Kein Profi“ oder „Schon Profi“. Es muss so oder so der Name des Fotografen drunter stehen.
- CS: Das Copyright eben.
- CF: Richtig, genau. Da steht unten in der Klammer der Name: Vorname, Nachname. Und wenn es über eine Agentur kommt: Im Idealfall steht APA oder epi oder Reuters, Schrägstrich: der Name des Fotografen. Weil die ja das Bild von dem gekauft haben und dann weiterschicken. Aber es wird nicht gekennzeichnet. Es ist schon bei manchen Sachen so – jetzt kommen wir wieder zu den Kleinformaten, zu den Lokalen – dass manchmal drunter steht: „Von unserem Leser Herr sowieso“ oder „Gesandt von der Frau XY.“ Oft ist das bei Kochrezepten. Oder „Das schöne Bild aus Floridsdorf.“ Ja.

- CS: Wobei man da aber auch sagen muss, dass die Leute ja zum Teil auch wirklich dazu aufgefordert werden, Bilder in einem bestimmten Zusammenhang einzuschicken.
- CF: Ja, richtig.
- CS: Wie sieht es aus mit – das haben wir schon angesprochen – gegebenenfalls unsicherer Quellenlage, hast du gesagt...
- CF: Da glaube ich würde bei uns recherchiert werden und man würde es bei Unsicherheit eher nicht nehmen.
- CS: Letzte größere Frage: Was passiert denn, wenn es wirklich mal vorkäme, dass man über Bildmaterial berichtet, dass man ein Bild, ein Video nimmt und im Nachhinein drauf kommt, dass war nun wirklich ein Fake oder eine Manipulation? Was tut man dann?
- CF: Der Presse ist das noch nie passiert, weil wir eben sehr vorsichtig sind bei solchen Sachen. Es hat einmal eine berühmte Geschichte gegeben – da kann ich jetzt auch den Namen nennen – das war die Kronenzeitung. Da gab es irgendeine Demo gegen die Studentengebühren und da wurde ein Demonstrant näher zu einem Polizisten hingerrückt per Photoshop. Ich glaube ein Polizist war es. Und das haben natürlich sofort die anderen Medien aufgegriffen: „Schweinerei!“ und dies und das. Und die Kronenzeitung hat nur lapidar geschrieben am nächsten Tag: „Ja, tut uns Leid, das war ein technisches Gebrechen.“
- CS: Ja, weil es ist sich nicht ausgegangen?
- CF: Ja, so ungefähr. Aber der Presse ist das noch nie passiert. Das, was uns Manchmal passiert. sind Zahlenfehler, dass eine Null zu viel ist oder ein Komma an der falschen Stelle. Nachdem das Bild bei uns jetzt nicht so den großen Stellenwert hat wie der Text, gehen wir da eigentlich immer auf Nummer sicher. Und Bildfehler in dem Sinne... *[überlegt]* Ein Bild, wo irgendwas passiert ist? *[überlegt]* Außer dass manchmal – das kommt einmal im Jahr vor – der falsche Name unter einer Person steht. Warum auch immer. Oder das falsche Bild zum Namen, also dass das nicht zusammenpasst. Aber sonst haben wir so was eigentlich noch gar nicht gehabt.
- CS: Ich bin über einen einzigen Fall gestolpert bei meinen Recherchen. Und zwar letztes Jahr als in Sotschi die Olympischen Winterspiele waren, da gab es so ein Video von einer Sportlerin, wo sie auch Twitter und Youtube eine Video gepostet hat von wegen „Wolf im Olympischen Dorf“. Und das hat sich im Nachhinein als Fake herausgestellt. Und das war wirklich der einzige Fall. Das war so eine kleine Meldung – ich glaube, sogar aber in der Printausgabe von euch.
- CF: Kann leicht sein, ja.
- CS: Und da stand „Ja, twitterte und auf Youtube“ und das war der einzige Fall, glaube ich.
- CF: Und da war ein Bild auch dabei?
- CS: Da war kein Bild dabei.
- CF: Ok.
- CS: Aber Berichterstattung über das Video, sage ich mal. Und da war es dann wirklich so, dass sich das einen Tag später als Fake rausgestellt und tags drauf...
- CF: Ist es drunter gestanden?
- CS: Selbe Stelle in der Zeitung „Video war ein Fake“. Aber das war wirklich der einzige Fall, über den ich gestolpert bin.
- CF: Gut, davon weiß ich gar nichts, aber das ist genau, was eine Qualitätszeitung ausmacht. Dass man dann eben dem Leser sagt: „Ok, das war ein Unfug.“
- CS: Genau und dass das dann natürlich auch im selben Kontext und im selben Ressort, in derselben Größe und Aufmachung richtig stellt.
- CF: In der Online Presse wäre das wiederum was anderes, weil da ist wahrscheinlich dann das ganze Video drinnen. Und da schreiben die dann von vorneherein: „Ein Fake-Video aus Sotschi.“ Überhaupt online ist, glaube ich, wieder ein ganz eigenes Thema mit Amateurfotos. Bei uns sind keine dabei, so weit ich weiß. Nein. Da ist natürlich mehr Platz für Bilder, aber Amateurbilder haben wir, momentan so weit ich weiß, nichts.
- CS: Da seit ihr einfacher vorsichtiger, sage ich einmal.
- CF: Ja.
- CS: Na ja und ich verstehe natürlich auch, dass in der Print-Ausgabe jetzt nicht der Screenshot von Youtube drin ist, weil das natürlich von der Qualität der viel zu schlecht ist.
- CF: Ja.
- CS: Nein, wie gesagt, also das war wirklich das aller einzige, wo ich drüber gestolpert bin.
- CF: Ok, wusste ich gar nicht.

- CS: Und ja, ich meine, auch wenn man sehr viel Sorgfalt an den Tag legt, man ist natürlich trotzdem nicht davor gefeit.
- CF: Und es sind vermutlich eh alle reingefallen auf diese Schmääh.
- CS: Die haben den Gang nachgebaut. Das hat sie zusammen mit Jimmy Kimmel, einem US-Comedian, glaube ich gemacht. Sie haben den Gang nachgebaut, sie hat durch den Türspalt rausgefilmt und dann haben sie nachträglich den Wolf rein geschnitten. Da wäre wahrscheinlich auch niemand drauf gekommen, wenn die nicht gesagt hätten: „War ein Fake.“
- CF: Ja. War ein Spaß.
- CS: Aber wie gesagt, passiert und wichtig ist ja dann auch einfach, wie die Richtigstellung erfolgt.
- CS: Genau, dass man den Leser nicht für dumm verkauft.
- CS: Du hast eh schon einige Sätze dazu gesagt: Wie ist deine persönliche Einschätzung dazu: Wie machen es die anderen? Wie sorgfältig sind die deiner Einschätzung nach, wenn es um Amateuraufnahmen geht? Du hast es eh auch schon angesprochen.
- CF: Also, die Zeitungen, die auf Masse gehen, nehmen das eher lockerer. Qualitätszeitungen recherchieren immer und im Zweifelsfall wird das Bild nicht genommen. Wenn man wirklich Klarheit hat und man ist mit dem Fotografen handelseins und der sagt: „Ok, ich will nichts haben, nehmt das Bild einfach so, schreibt meinen Namen dazu, fertig“, dann passt das schon. Aber sobald Zweifel auftauchen an der Authentizität bzw. an der Echtheit des Bildes oder irgendwelche Zweifel auch immer, dann wird erstens einmal recherchiert und zweitens wird das Bild nicht genommen. Bei anderen Zeitungen, denen ist das wurst, die halt eine Attraktion haben wollen, was raus schreien wollen. Das passt schon.
- CS: Und da muss man ja auch wirklich sagen – wie du eh auch schon angesprochen hast – dass bei machen „Boulevardblättern“ es ja auch wirklich so ist, dass die selber auch nicht gerade zurückhaltend sind, bei eigenen Fotomontagen oder auch falschen Kontextualisierung.
- CS: Es werden dann Amateurbilder genommen – das fällt mir gerade ein – im Society Bereich. Da gibt es doch dieses berühmte Bild Jörg Haider und der Petzner, wo der Petzner die Hand auf seine Schulter legt und der Haider hält irgendwie die Hand. Oder das berühmte „3 Bier-Bild“ vom Strache. Das war kein Fotografenbild, das sind Amateurbilder. Oder seine Wehrsportübungen, das sind alles Amateurbilder. Da wird schon auf Amateurbilder zurückgegriffen.
- CS: Aber da haben wir wieder die Exklusivität.
- CF: Aber die kommen meistens über die Agenturen. Oder dieses berühmte... da hat es doch irgendwas einmal gegeben... der Hermann Maier angetrunken oder so. Also bei solchen Sachen, da muss man auf Amateurbilder zurückgreifen, weil da gib es keine Profi. Die ganze Paparazzi-Geschichte, oft, wenn es keine Profi-Paparazzi sind. Aber da ist das in Österreich wieder ganz anders, weil, da gibt es eigentlich keinen Markt für Paparazzi-Fotografie. Das kommt bei uns nicht an. Und vor allem wenn das ein Fotograf macht – Österreich hat so wenig Profi-Fotografen – das spricht sich von Neusiedl am See bis Voralberg innerhalb von 10 Sekunden herum und das kannst du dann vergessen. Der wird nie mehr irgendwo eingeladen und kommt nirgendwo mehr rein. Das ist sehr, sehr heikel bei uns. Anders als in Nordamerika oder in großen Ländern, wo das auch ein Geschäft. Die haben ja auch dieses Yellow Press – haben wir ja nicht. Das goldene Blatt, Frau im Spiegel... das ganze Zeug, das gibt es ja bei uns nicht.
- CS: Dafür gibt es in dem Sinne also auch nicht wirklich einen Abnehmer.
- CF: Genau. Ja.
- CS: Ich bin eigentlich mit meinen großen Fragen durch. Ich würde dich zum Schluss einfach noch gerne um zwei persönliche Einschätzungen bitten. Wenn du jetzt an die fehlende Professionalisierung zum Teil bei Amateuraufnahmen denkst und zum Teil auch die fehlende Transparenz. Ich meine, du hast gesagt, wenn es nicht transparent ist, bringt ihr es nicht, aber es ist ja schon ein Trend, dass es in vielen Medien vermehrt verwendet wird. Wie würdest du es sehen: Leidet irgendwo auch auf lange Sicht die journalistische Qualität unter dieser Entwicklung?
- CF: Auf jeden Fall. Auf jeden Fall. Wenn man eine Liebe zu einem guten Bild hat, dann kommt man um Profi-Fotografen, um gute Profi-Fotografen nicht herum. Wenn einem das Bild wurst ist, wenn man sagt: „Ok, Bild hat bei uns keinen Stellenwert, Hauptsache es ist scharf und bunt und das genügt, das ist unser Qualitätsanspruch.“ Natürlich, dann kann man es so machen, dass man einfach den Redakteuren eine kleine Drück-Drauf-Kamera in die Hand drückt und sagt: „Mach ein Bild.“ Aber wenn man ein bisschen einen Qualitätsanspruch hat, dann braucht man Fotografen, die mit einer Kamera umgehen können, die auch ein bisschen aus über das rein informative fotografieren hinaus gehen und auch ein bisschen in Richtung Stimmung – ich sage

jetzt einmal bewusst – in Richtung Kunst gehen, damit das ein schönes Bild ist, was man sich auch aufhängen würde, das man nicht anschaut und sagt: „Ok, ich kenne den Inhalt.“, sondern ein Bild, auf das man länger als eine Sekunde hinschaut.

CS: Die also auch das Handwerk beherrschen und auch ein ästhetischen Auge haben.

CF: Was die Zeitungen oft vergessen: Sie haben einen irrsinnigen erzieherischen Auftrag, erstens einmal was die Tonalität der Texte betrifft und was die Qualität der Bilder betrifft. Die Leute gewöhnen sich ja an das schlechte Bild. Das ist es ja. Die gewöhnen sich an diesen Schmus der da oft in den Zeitungen drinnen ist und denken sich: „Ok, Zeitungsfotografie ist hochwertig und deshalb ist das ein qualitativ hochwertiges Bild.“ Und das stimmt aber nicht. Das ist ein kompletter Nonsens. Nur, weil es in der Zeitung drin ist, heißt das noch lange nicht, dass es ein gutes Bild ist. Auch bei uns sind oft Bilder drin, wo ich mir denke: „Du lieber Himmel!“ *[lacht]*

CS: *[lacht]*

CF: Also davor ist keine Zeitung gefeit und ausgenommen. Und diesen erzieherischen Auftrag, darum muss man wirklich jeden Tag kämpfen. Und es ist auch so leider, dass viele Fotografen sich dann von Redakteuren unterdrücken lassen, die ihnen vorschreiben, was sie wie zu fotografieren haben. Also da denke ich mir: „Ok, dann lasse ich es bleiben, das brauche ich nicht.“ Das hat mit Fotografie nichts zu tun. Der Dichand soll einmal gesagt haben – überprüf das noch, ob das wirklich stimmt: „Zum Fotografieren reicht ein dressierter Affe.“ Na ja, schau dir die Zeitung an! *[lacht]*

CS: Tja, dafür reicht es dann wahrscheinlich! *[lacht]* Ja, die nächste Einschätzung – ich meine, da kann ich mir deine Antwort als Fotograf fast denken: Siehst du durch Amateurfotografen auch ein bisschen die Profession des professionellen Pressefotografen gefährdet?

CF: Nein, überhaupt nicht. Nein. Die Angst kommt immer wieder so in Wellen, aber die Leute wollen das einfach nicht. Jeden Tag auf Druck auf Zeitdruck fotografieren, die wollen Spaß haben beim Fotografieren, der will sein *Selfie* machen, der will seine Katze fotografieren, seinen Hund, seinen Buben. Wenn er zufällig bei einem Verkehrsunfall dabei ist, dann drückt er halt drauf. Ok, soll so sein. Aber wie oft ist das? Und die rennen ja auch nicht mit so einem Equipment herum. Wenn der zu einem Verkehrsunfall kommt und es ist dunkel, kann er kein Foto machen, weil er nicht das Equipment hat. Wenn es regnet, nimmt er das Handy nicht raus, weil es ja nass werden könnte. Unsere Kameras halten das aus. Also ich sehe da überhaupt keine Gefahr. Vor allem, du musst es ja jeden Tag machen. Es ist ja nicht so, dass wir dann fotografieren, wenn wir Lust haben.

CS: Es ist also so ein bisschen auch wie damals als die Online-Medien aufkamen, da hieß es ja auch: „Ja, die Printmedien, die sterben sowieso aus.“

CF: Ja, weil schreiben kann ja eh jeder. Ha ha, ja. Aber du musst jeden Tag eine Qualität liefern, du musst recherchieren, du musst das ordentlich machen, du hast einen Zeitdruck. Nur, weil jeder schreiben kann, heißt das nicht, dass die Redakteure aussterben.

CS: Nein.

CF: Und nicht jeder, der kochen kann, ist auch ein Koch.

CS: Das heißt, du machst dir da keine Sorgen?

CF: Ich mache mir da überhaupt keine Sorgen. Also ich würde mir Sorgen machen, wenn ich ein... *[zögert]* – das klingt jetzt vielleicht eitel – wenn ich ein schlechter Fotograf wäre, würde ich mir Sorgen machen. Oder wenn ich bei irgendeiner ganz, ganz kleinen Zeitung arbeiten würde, dann vielleicht, dass sich die das einfach nicht mehr leisten können. Weil Print ist ja momentan, ja... ich weiß nicht, ob wir auf einer Titanic sitzen oder ob der Eisberg noch in weiter Ferne ist, also das kann ich nicht beurteilen. Man hört immer wieder: „Wir sitzen alle auf der Titanic, damit müssen wir uns abfinden.“ Aber wir fahren schon ziemlich lange eigentlich.

CS: Und die Titanic fährt immer noch.

CF: Ein paar Titanics gibt es schon, die auch den Eisberg ordentlich gerammt haben, vor allem in Nordamerika. Aber davor sind wir noch ein bisschen gefeit. Bei uns wird auch eingespart – da kann man nur mehr lachen. *[lacht]*

CS: Aber die Nachfrage und der Bedarf an guten Pressebildern wird auch weiterhin bestehen.

CF: Ja. Und wenn man auch nicht fix angestellt ist: Wenn man ein guter Fotograf ist als freier Fotograf kommt man durch. Man muss natürlich auch Jobs machen, die einem nicht so am Herzen liegen. Man kann nicht jeden Tag in Kriegsgebiete fahren oder schöne Reportagen machen oder sonst was. Ohne Pressekonferenzen, ohne Bilder für einen Jahresbericht, ohne Studio-Portraiaufnahmen oder so was....

- CS: Aber das ist ja in jedem Job so, dass man Sachen machen muss, die einem nicht so taugen.
- CF: Ja, das ist in jedem Job so.
- CS: Ok, ich bin eigentlich am Ende. Gibt es noch irgendwas, das du ergänzen wollen würdest, was jetzt gar nicht angesprochen hältst, was du für wichtig hältst?
- CF: Zum Thema Amateuraufnahmen eigentlich... *[überlegt]* Ich sehe oft Amateuraufnahmen, die mir sehr gut gefallen, die ich wirklich witzig finde, aber wo schlicht und ergreifend die Qualität so schlecht ist, dass man es nicht nehmen kann bzw. nicht nehmen könnte. Aber, die sehe ich da am Computer und am Bildschirm schaut natürlich alles ganz anders aus. Da brauchst du keine Auflösung, da brauchst du gar nichts und das schaut alles super aus.
- CS: Ist ja aber auch wieder ein Argument dafür, dass man trotzdem immer noch gute Pressefotos braucht.
- CF: Du brauchst nur auf Flickr schauen. Ich weiß nicht, wer da jetzt Profi ist und wer Nicht-Profi, aber da sind oft fantastische Bilder drinnen. Und das sind halt Leute, die fotografieren, ob das jetzt Profis sind oder nicht, weiß ich nicht. Zum Teil furchtbar kitschig *[lacht]*, das ist ein Wahnsinn. Was natürlich noch dazu kommt ist natürlich, dass sich Amateure oft die Ausrüstung nicht leisten können oder wollen, weil eine gute Fotoausrüstung, das geht schon ins Geld.
- CS: Und wenn man dann nicht hauptberuflich davon lebt...
- CF: Ja, da muss man eine große Liebe zur Fotografie haben, dass man als Amateur ein paar Tausend Euro ausgibt für ein Profi-Equipment, dann braucht man einen Computer dazu und bisschen Programme und dann auch noch die Zeit. Ja, sonst Amateurfotografie... wenn mir noch irgendwas einfällt, schicke ich dir was nach.
- CS: Ja, gerne.
- CF: Auch wenn du noch im Nachhinein fragen hast. Aber jetzt so auf die Schnelle...
- CS: Ja, danke! – Dann auf jeden Fall danke für das Gespräch.

Interview mit Peter Huber (PH)

Redakteur bei *diepresse.com*

Transkriptionskürzel des Interviewten: PH

Transkriptionskürzel der Interviewerin: CS

- CS: Ich habe es ja eh in der E-Mail schon geschrieben, dass ich mich mit dem Umgang von Redakteurinnen und Redakteuren mit digitalen Amateuraufnahmen in meiner Abschlussarbeit beschäftige, weil einfach seit einigen Jahren der Trend zu beobachten ist, dass immer häufiger auch mal Amateuraufnahmen in der Berichterstattung auftauchen – was es ja so vor 10 Jahren, sag ich mal, noch gar nicht gab. Die Einstiegsfrage wäre einmal, was würden Sie sagen sind grundsätzlich einmal Vorteile, die Redakteure durch Amateuraufnahmen haben, und was sind Nachteile, die das mit sich bringt?
- PH: Na ja, der Vorteil ist einfach, dass man gewisse Dinge darstellen kann, die man sonst nicht darstellen könnte und man die Geschichte einfach besser rüberbringen kann möglicherweise. Und auch exklusiver, wenn das Amateuraufnahmen sind von jemandem, der sie halt einem bestimmten Medium gibt. Also keine Ahnung, wir haben das ja nicht so viel eigentlich. Aber wenn jetzt mal irgendwo ein Brand ist und ich kann das dann darstellen, dann habe ich die Geschichte gleich anders visualisiert als wenn ich einfach nur einen Text hätte.
- CS: Weil es sonst das Bild dazu auch wahrscheinlich gar nicht geben würde, oder?
- PH: Genau, weil sonst hätte ich halt einfach das Bild gar nicht – genau. Ja, ich meine, so *Instagram*-Bilder haben wir ja auch immer wieder, aber das ist dann halt mehr der Promi-Bereich. Wir haben eigentlich relativ wenig Privataufnahmen.
- CS: Und wie sieht es mit Nachteilen aus?
- PH: Na ja, das Heikle bei dem ist halt oft die Rechte-Frage oder die Kostenfrage. Also, wenn man es gratis kriegt, nehmen wir es natürlich gerne, aber wenn es was kostet, können wir uns das eigentlich nicht leisten zusätzlich zu dem, was die Agenturen eh liefern. Also wir haben schon großteils schon nur Agenturfotos und die vom eigenen Fotografen.
- CS: Weil es dann wohl auch Verträge mit den Agenturen sowieso gibt – ich schätze ja mal, das gibt es irgendwelche Pauschalen, die man dann sowieso zahlt?
- PH: Ja, genau. Also ich weiß jetzt nicht genau, wie das jetzt mit Online/Print genau aufgeteilt ist, also was wir zahlen und was Print – wobei das ja jetzt mittlerweile schon viel stärker zusammengewachsen ist.
- CS: Das ist ja jetzt eh mittlerweile fast eins.
- PH: Ja, also das sind dann so Pauschalen, die für das ganze Haus sind. Und dann haben wir eh den Clemens Fabry und noch ein andere. Aber der Clemens ist von denen der fixeste.
- CS: Und die anderen sind eher frei?
- PH: Genau, ja.
- CS: Mich würde es interessieren: Gibt es denn besondere Richtlinien im Umgang mit Amateuraufnahmen im Vergleich zu professionellen Bildern?
- PH: Na ja, ich glaube, der Anspruch ist halt auch nicht so hoch an eine Amateuraufnahme. Die soll halt eben etwas – eher wenn etwas passiert ist, dass man es dann halt auch bildlich darstellen kann. Wenn das dann grobkörniger ist oder wie auch immer, da ist die Qualität dann nicht so wichtig. Es geht darum, dass man es dann halt einfach hat.
- CS: Da macht man dann auch Abstriche?
- PH: Ja. Weil es halt einfach die Authentizität des Ereignisses rüberbringt, als wenn man jetzt gar kein Bild hätte.
- CS: Aber es gibt Vorgaben, die es jetzt vielleicht so bei professionellen nicht gibt? Also bei professionellen Bildern gibt es ja auch Richtlinien hinsichtlich Urheberrecht oder Angabe des Fotografen oder wie es überprüft oder was das Honorar betrifft. Da gibt es keine besonderen Richtlinien für Amateuraufnahmen?
- PH: Also wir online machen das eigentlich nie mit Honorar, weil das einfach in unserem Budget nicht drin ist. Also wenn, dann kann das nur jemand sein, der uns das zur Verfügung stellt. Da nimmt man dann natürlich das Bild. Da wird dann der Amateur natürlich namentlich erwähnt, das ist klar. Also das Copyright muss da schon eingehalten werden.

CS: Aber an sich werden die dann behandelt wie jedes andere Bild, das ihr von einem Profi kriegt.

PH: Mehr oder weniger ja.

CS: Du hast gesagt eh schon gesagt, dass es nicht so oft vorkommt auch, weil ihr natürlich, wenn es geht, auf Agenturmaterial zurückgreift.

PH: Genau. Über die APA kommt ja auch fast alles, auch wenn es... Ich weiß nicht, also in der Chronik ist es dann zum Beispiel so: Die haben dann halt zum Beispiel den Kontakt zu Freiwilligen Feuerwehren. Das sind ja jetzt auch halb-private Bilder, wenn man so will, die die auch zur Verfügung stellen, damit man dann schneller ein Foto hat. Oder von Autounfällen gibt es das auch immer wieder mal.

CS: Und wenn ihr jetzt sagt: „Ok, das ist jetzt ein Bild, das würden wir wirklich verwenden.“ Was muss dann diese Aufnahmen sozusagen haben, dass ihr das wirklich nehmt?

PH: Na ja, sie muss halt einfach diese Geschichte möglichst erzählen. Vielleicht ist das Bild selbst fast schon die Geschichte. Es muss eigentlich möglichst viel erzählen, sonst brauche ich es eigentlich nicht.

CS: Und wie du schon sagtest, diese Exklusivität einfach haben, dass ich jetzt halt einfach nur dieses Bild habe.

PH: Genau, wobei mit der Exklusivität ist es ja meistens nicht weit her, weil: Was hat man heutzutage noch exklusiv? *[lacht]*

CS: Das stimmt? *[lacht]*

PH: Aber zum Beispiel, ich weiß nicht, wenn irgendwo ein spektakulärer Unfall war und das Auto liegt irgendwo witzig in einem Graben oder irgendwo – also ohne, dass jetzt jemandem was passiert ist. Denn dann würde ich mir das auch wieder überlegen, wenn da jetzt Tote dabei sind, ob man es überhaupt verwendet. Aber wenn das glimpflich ausgegangen ist und ich kann das mit diesem Bild irrsinnig gut darstellen, dann ist das natürlich optimal. Und es ist die Frage, ob man die Geschichte überhaupt groß bringen würde, wenn man das Bild gar nicht hätte. Also solche Geschichten sind dann aber eher im chronikalen Bereich bei uns.

CS: Und die fehlende Professionalität bei den Amateuraufnahmen, jetzt also nicht nur, was die Bildqualität angeht, sage ich jetzt mal – denn die sind ja meistens auch von der Auflösung her nicht so hoch wie Profiaufnahmen – sondern auch von der Bildsprache her, da macht ihr dann auch Abstriche, oder wie ist das bei euch?

PH: Das nimmt man dann eben in Kauf, weil es eben für die jeweilige Geschichte so relevant ist. Das ist auch dem User wirklich letztlich egal, ob das jetzt ein bisschen mehr aufpixelt oder was auch immer. Oder verwischt ist.

CS: Und ich meine für online sind ja auch die Anforderungen, die ein Bild haben muss, geringer.

PH: Das auch. Ich muss es ja jetzt nicht abdrucken. Also das geht dann viel leichter, ja.

CS: Mich würde noch interessieren, wie ihr denn dieses Bildmaterial, wenn es jetzt von Amateuren kommt, auf seine Echtheit und Authentizität hin überprüft? Weil, wenn ich jetzt einmal an einfachste Bildbearbeitungsprogramme denke und es mittlerweile ja ziemlich einfach ist, ein Bild zu bearbeiten... Ich meine, da bin ich jetzt auch kein Profi, aber dass ich jetzt irgendwas wegschneide oder im Bild irgendwas wegretuschiere, das kriege ich vielleicht auch gerade noch hin mit Photoshop.

PH: Na ja, es fällt schon alleine dadurch, dass wir nichts zahlen, viel weg, dass man da jetzt überhaupt was fälschen will. Warum will ich so ein Bild loswerden, wenn ich dann nicht irgendwie davon finanziell profitieren will? Also jemand, der dafür Geld will, schaut man sich sicher anders an. Vor allem wir können es eh nicht zahlen. Und eben es sind ja dann meistens lokale Ereignisse, wo es keinen Sinn macht, dass das gefälscht wäre. Also genau Richtlinien, wie man das Bild überprüft, haben wir eigentlich nicht. Aber ich könnte mich nicht dran erinnern, dass wir je mal einen Fall gehabt hätten, wo irgendwie irgendwas nicht gestimmt hätte mit dem Bild.

CS: Kann man denn bei Bildern überhaupt irgendwie feststellen, ob die digital bearbeitet wurden?

PH: Na ja, da bin ich jetzt nicht so ganz der Experte dafür, aber ich denke schon, dass man das teilweise sicher sieht. Also wenn das jetzt ein fraglicher Fall wäre, ich weiß nicht, zu wem ich dann gehen würde – zu einem Grafiker? Im Haus gibt es sicher ein paar Ansprechpersonen.

CS: Ich meine, es gibt sicher Bilder, die schreien danach: „Ich wurde bearbeitet.“

PH: Ja, also das größere Problem sind eher diese Videos, die dann immer wieder auftauchen. da hat ja mal irgend so ein Adler ein Kind geschnappt oder so, wo sich dann schnell herausgestellt hat, dass das eine Ente war. Aber bei Fotos? Die müssten ja dann irgendwie inszeniert sein und ganz was Spezielles erzählen eigentlich. Also, dann würde man vielleicht sehen, dass das ir-

gendwie mit Photoshop bearbeitet ist. Aber so. Wenn das eben irgendein lokales Ereignis ist, ist das eher unwahrscheinlich.

CS: Das wäre auch gleich die nächste Frage, die sich für mich da anschließt, wie es mit gestellten Szenen aussieht? Es gibt ja häufiger auch so Fälle, gerade auch aus Kriegs- und Krisengebieten, wo man dann ja auch eine relativ große Distanz dazu hat. Dann tauchen irgendwelche Videos auf, das und das ist angeblich passiert, angeblich sind so und so viele Leute dabei gestorben, irgendein Trauermarsch, Frauen die Weinen. Und es sind ja dann meistens doch irgendwelche Amateuraufnahmen, das ist ja selten, dass da wirklich ein Profi vor Ort ist.

PH: Ja. Nein, natürlich, die kaufen dann auch manchmal die Agenturen und dann kommt so was eh über Reuters oder so herein. Dann werden wir die verwenden.

CS: Das wollte ich auch fragen: Spielt es denn für euch eine Rolle, auf welchem Weg die Bilder zu euch gelangen?

PH: Ja, schon natürlich. Wenn es über eine Agentur reinkommt, dann hat es halt eine andere Seriosität als wenn das jetzt irgendeiner privat herein mailt zum Beispiel. Da müsste man sich dann halt genauer anschauen, wie glaubwürdig kann der sein?

CS: Ja, also ich bin wirklich nur über einen einzigen Fall gestolpert bei der Presse. Ich habe ja auch im Vorfeld recherchiert.

PH: Ah! [lacht]

CS: Und das war letztes Jahr bei den Olympischen Winterspielen. Da gab es irgend so ein Video, das eine Sportlerin gepostet hat von wegen „Wolf im Olympischen Dorf.“

PH: Hm, ja, ich kann mich jetzt...

CS: Das war eine kleine Meldung im Print – zwar ohne Bild – aber da war es wirklich so: Erster Tag ein kurzer Bericht bei dieser Olympiaseite, Olympiasplinter oder was auch immer. So ganz klein, von wegen: „Wolf im Olympischen Dorf.“ Das hat halt auch super in diese „In Sotschi ist alles ein bisschen chaotisch!“ gepasst.

PH: Ja, ja. [lacht]

CS: Und dann hat sich halt irgendwie kurz darauf rausgestellt, dass die das ja mit einem riesigen Aufwand gefälscht haben. Die haben den Gang nachgebaut.

PH: So genau kann ich mich gar nicht mehr dran erinnern. Ich weiß nur, dass wir eh... Aber das war ein Video, glaube ich, oder?

CS: Das war ein Video, genau. Und da gab es dann halt am nächsten Tag die Klarstellung sozusagen: „Das war gefakt.“

PH: War dann auch in der Zeitung, oder?

CS: Das war dann auch in der Zeitung.

PH: Ja, ok.

CS: Das war genau derselbe Kontext, genauso groß. Das war der einzige Fall, wo ich drüber gestolpert bin.

PH: Ja, ich müsste mal schauen, wie das bei der Online-Geschichte speziell war. Weil ich glaube schon, dass wir die auch hatten. Aber man kann ja online viel schneller reagieren und hat es relativ schnell wieder unten.

CS: Ich habe online nur das „Video war ein Fake“ gefunden.

PH: Aha, ok, na dann haben wir das ja eh immerhin! [lacht] Also das wäre dann auch schon das, was man macht normalerweise, dass man es dann entweder in der Geschichte richtig stellt oder dass man noch einmal eine neue Geschichte macht. Weil ich meine... Ja, das passiert halt. [lacht]

CS: Ja, ich meine nur, man ist halt, auch wenn man sorgfältig ist, nicht gefeit dagegen, wenn das wirklich mit viel Aufwand gemacht wurde. Und die haben sich da ja wirklich einen Spaß draus gemacht.

PH: Mir ist das damals mit diesem Video mit dem Adler passiert. Ich wollte diese Geschichte irgendwie glauben, weil es halt so spektakulär war. Dann haben wir es aber relativ schnell – ich glaube, ungefähr eine halbe Stunde später war klar, das war falsch. Und dann haben wir die Geschichte halt schön umgebaut, wo wir dann halt erklärt haben, warum das nicht stimmt und so. Aber ja, im ersten Moment waren wir... Also man lässt sich schon manchmal verleiten, weil das einfach zu cool ist eigentlich um wahr zu sein. [lacht]

CS: Ja. [lacht]

PH: Also da muss man immer aufpassen. Ja.

CS: Ja, weil es ist ja wirklich teilweise: Man kann es eigentlich so leicht fälschen heutzutage.

PH: Und es schaut so echt aus, ja.

CS: Meine Frage wäre noch: Wenn ihr jetzt irgendwelche fragwürdigen Aufnahmen habt, wo ihr euch echt unsicher seid, ist das jetzt wirklich authentisch, ist das wirklich so passiert? Auch im Hinblick auf gestellte Szenen oder sonst was. Wie geht ihr damit um? Also wenn ihr das jetzt nicht zu 100% sicherstellen könnt aber sagt: „Eigentlich ist das schnell eine Nachricht wert.“ Haltet ihr das dann trotzdem zurück oder macht ihr das transparent, sage ich einmal?

PH: Na ja, da würde ich dann sagen, dass man dann einen Umweg geht. Also da sind vielleicht die sozialen Medien ganz gut oder Twitter, dass man vielleicht einen Tweet einbettet und die Geschichte rund um diesen Tweet erzählt. Durchaus mit dem, dass es zweifelhaft ist, ob dieses Bild echt ist. Aber ich kann ja diesen Tweet einbetten und kann dann die Geschichte rund um das Bild erzählen. Also so gesehen kann ich es so ein bisschen umgehen.

CS: Also um die Quelle herum wird das dann sozusagen aufgebaut?

PH: Genau. Dann stelle ich das dar und auch, dass diskutiert wird. Und das ist ja gerade wirklich oft so, dass so was über Twitter irgendwo reinkommt. Dann haben wir das Bild – also den Tweet halt *[lacht]* und kann aber dann aber eigentlich auch recht sachlich erklären, warum das so stimmen könnte oder nicht stimmen könnte. Oder diesen Zweifel eben auch reinbringen, wenn es so ist, ja.

CS: Das heißt, du würdest es dann wirklich, wenn es nun eben so eine Brisanz hat, jetzt nicht sagen, ich lasse es jetzt komplett raus?

PH: Das ist natürlich die andere Option, dass man sagt: „Ok, das ist uns viel zu dünn oder zu unwahrscheinlich, lassen wir es überhaupt.“ Oder halt, wenn man meint, die Geschichte ist einfach trotzdem so interessant, dann macht man es wahrscheinlich so. Dadurch, dass man Tweets einfach einbetten kann – bis jetzt ohne rechtliche Probleme. Ich hoffe, das bleibt so! *[lacht]*

CS: *[lacht]* Spielt der Konkurrenzdruck... *[unverständlich]* unterhalb der Medien eine Rolle? Und auch der Zeitdruck, der dann mitspielt? Wenn man jetzt denkt: „Ok, wenn wir das jetzt vielleicht nicht bringen, die anderen bringen es sowieso.“ Spielt das eine Rolle für euch oder sagt ihr dann „Das ist uns zu heikel.“?

PH: Na ja, man lässt es sicher nicht ganz unberücksichtigt. Also wenn das so eine heikle Geschichte ist und es hat eh schon irgendwie jeder, dann ist es auch irgendwie komisch, wenn man dann der einzige ist, der es nicht hat, zum Beispiel. Also wenn man jetzt eh schon überlegt und sozusagen hinterher hinkt, macht man es dann wohl doch. Dann würde man die Geschichte schon machen. Es wäre jetzt anders, wenn man das Gefühl hat, man ist jetzt der erste oder einzige.

CS: Da ist man dann vielleicht ein bisschen vorsichtiger. *[lacht]*

PH: Da hat man natürlich auch ein gewisses Interesse. Aber jetzt so der direkte Druck gegen andere Medien, den haben wir jetzt nicht so. Ich glaube, das ist sicher in den Boulevardmedien wesentlich größer.

CS: Und den Zeitdruck gibt es wahrscheinlich immer irgendwo?

PH: Ja, es ist natürlich ein Vorteil, wenn man Geschichten schneller hat als eine andere, aber oft ist es das alleine ja auch nicht. Davon gehen wir auch ein bisschen weg, dass man zu sehr auf... Besser, die Geschichte stimmt und man ist etwas langsamer. Das war zum Beispiel bei dieser Charlie Hebdo Nachberichterstattung – oder überhaupt, was da auch über die Agenturen an Falschmeldungen reinkam, dass dann eine halbe Stunde später die Geschichte wieder umgekehrt. Wo man sich eh fragt, ob man nicht alle Meldungen noch viel kritischer sehen müsste, auch wenn sie über die APA kommen oder über Reuters.

CS: Ich glaube, da können natürlich auch Fehler passieren.

PH: Genau. Und da war es eben auch gut, dass wir eine Kollegin hatten, die wirklich gut Französisch kann, die dann halt wirklich sehr schnell auch an den Originalquellen dran war. Und da hat man dann eher den Zeitdruck: „Ok, jetzt muss man ganz schnell.“ Aber man lässt sich da oft viel zu sehr hinein... Also, man muss es ja dann eh immer wieder zurücknehmen, das ist ein sehr wichtiger Punkt eigentlich.

CS: Du hast es gerade schon angesprochen, dass ihr teilweise auch Tweets einbettet – also, ich weiß nicht, wie oft das jetzt schon irgendwie vorkam – aber da hat man es ja dann wirklich so, dass es, wenn es eingebettet ist, klar ersichtlich ist: „Ok, das ist jetzt Quelle sowieso.“

PH: Genau, ja.

- CS: Werden denn grundsätzlich, wenn ihr Amateuraufnahmen verwendet, diese irgendwie auf besondere Weise gekennzeichnet? Bzw. wie werden die überhaupt beschriftet? Ich schätze mal ganz normal mit Copyright?
- PH: Na ja, ja, das Copyright mit dem Namen des Fotografen letztlich, ja. Sonst haben wir immer stehen: Copyright Presse und Klammer Fabry, zum Beispiel. Oder Reuters und der jeweilige Fotograf. Und da würde dann halt einfach stehen das Copyright – also C – und der jeweilige Fotograf.
- CS: Aber ihr würdet es jetzt nicht irgendwie – außer, wenn man jetzt halt einen Tweet einbettet – wenn ihr jetzt nur ein Foto habt zu der Geschichte, dann wird das nicht noch mal irgendwie auf besondere Weise gekennzeichnet? Oder dass dann womöglich im Text noch irgendwo steht, dass das eine Amateuraufnahme ist?
- PH: Wahrscheinlich nicht. Nein, glaube ich nicht, nein. Würden wir eher nicht, nein.
- CS: Also es wird dann sozusagen einfach behandelt wie ein Profibild mit Angabe des Fotografen.
- PH: Genau. Oder ich kann mich erinnern, irgendwann hatten wir so – ich weiß nicht, war das eh voriges Jahr, wo da so ein arger Winter war in Kärnten. Und da hat irgendwer halt sein Foto geschickt, weil das wirklich schneemäßig arg war. Und da haben wir halt auch einfach das Copyright vom Fotografen und das war es auch schon. Da haben wir auch nicht darauf hingewiesen, dass das jetzt ein Amateurfotograf ist oder so. Das stört auch nicht. Also ich glaube, dem normalen User ist das wurst.
- CS: Muss ja auch nicht sein.
- PH: Ja.
- CS: Und bei so einer etwas unsichereren Quellenlage hattest du gesagt, würde man es dann, wenn ihr trotzdem drüber schreibt, eher so machen: „Ok, dann biete ich die Quelle ein und schreibe eher über die Quelle und mache das dann transparent im Text, dass es nicht zu 100% verifiziert ist.
- PH: Genau. Ja. Genau. Und oft gibt es auch Diskussion ganz speziell über ein Bild. Das wäre dann wieder eher bei so Kriegsgeschichten oder so was eher, wo man nicht so ganz genau weiß: Ist das echt, ist das nicht echt? Da würde ich dann eher den Tweet einsetzen und würde aber die Diskussion einbauen. Oft ist ja die Diskussion um das Bild sogar die Geschichte. Also das kann man dann als ganz gut erzählen, ja.
- CS: Wie sieht es denn grundsätzlich deiner Einschätzung nach mit der Transparenz hinsichtlich der Quellenlage aus? Ist das meistens relativ klar, wer jetzt wirklich der Urheber ist, oder?
- PH: Von woher meinst du jetzt? Weil über die Agenturen ist es für uns eh immer klar.
- CS: Da ist dann wahrscheinlich hinterm Bild wohl meistens einfach APA oder wie?
- PH: Ja, es gibt dann ja meistens eben auch noch einen Text, wo das Ganze aufgenommen ist. Also du hast dann ja auch so Keywords, was es darstellt, was du drauf siehst und so. Also das ist schon normalerweise relativ gut.
- CS: Und da kann man dann auch drauf vertrauen, dass die das ordentlich überprüft haben?
- PH: Ja. Also wir müssen teilweise auch darauf vertrauen. Weil, wenn wir dem dann nicht mehr trauen können... Natürlich machen die genauso Fehler wie wir auch Fehler machen, ist eh klar. Also wenn man nicht so ein ganz ungutes Gefühl hat, dann macht man es halt einmal, ja.
- CS: Man muss dann ja, glaube ich, im Alltag auch drauf vertrauen. Man kann ja nicht bei jedem Bild noch mal bei Null anfangen...
- PH: Ja. Ich meine, bei den meisten Bildern ist es ja eh klar. Warum sollten das Fälschungen sein. Aber bei gewissen heiklen Bildern, natürlich vertraut man dann, dass die APA das dann auch gut gecheckt hat, ja.
- CS: Und wenn es jetzt direkt von einem Amateur zu euch kommt, da hast du eh schon gesagt, da ist man dann vielleicht auch mal ein bisschen kritischer.
- PH: Ja, weil da fragt man sich dann schon: „Ok, das ist jetzt irgendwer.“ Also ich meine, gut, wenn der jetzt Zeuge von irgendeinem Geschehnis wird und kein Geld verlangt, dann hat er ja normalerweise nichts davon, außer, dass er sich halt auch selbst sieht online. Das freut ja, glaube ich, auch viele. Es geht ja nicht jedem ums Geld.
- CS: Wobei ich, wenn ich jetzt an irgendwelche Geschichten aus irgendwelchen Krisengebieten denke.
- PH: Aber Krieg ist halt wieder ganz, ganz schwer. Da hast du es auch mit den normalen Quellen auch irrsinnig schwer, weil ja jede Meldung irgendwie geleitet wird von der einen oder anderen Seite.

CS: Ja, die Frage ist immer, welche Intentionen halt dahinter stehen.

PH: Genau. Also das ist dann oft ganz schwer. Unabhängig vom Bild jetzt. Das ist wieder eine ganz heikle eigene Berichterstattung über Krieg und Konflikte.

CS: Wir haben vorhin schon einmal kurz darüber gesprochen: Was passiert denn, wenn ihr jetzt wirklich mal fälschlicherweise ein Bild bringen würdet, wo sich im Nachhinein rausstellt, das ist jetzt wirklich ein Bild, das irgendwie manipuliert gewesen, an dem jemand herumgebastelt hat, ist vielleicht eine gestellte Szene, die so nicht passiert ist. Wir hatten ja schon den einen Fall. Wie erfolgt da bei euch eine Richtigstellung? Kannst du dazu noch einmal ganz kurz...

PH: Ich würde sagen, dass man es normalerweise dann einfach in der Geschichte richtig stellt. Also online jetzt. Also wenn jemand klagen würde, dann wäre es natürlich was anderes. Dann würde das über die Rechtsabteilung gehen, wie man das darstellen muss. Da gibt es zum Beispiel einen eigenen speziellen Text. Das haben wir aber mit Bildern so noch nie gehabt. Also eher halt, wenn man mal ein Bild verwendet hat, wo man die Rechte nicht hatte – das kostet dann halt. Aber normalerweise werden wir das dann einfach in der Geschichte richtig stellen oder wenn das bild ein totales Fake ist, würde man es halt auch runter nehmen. Tja, das ist halt jetzt die Frage, weil das hatten wir so noch nie. Wie tut man dann? Wie erklärt man dann die Geschichte, ohne das falsche Bild? Wieder einen Tweet einbetten? Keine Ahnung, das müssten wir uns eigentlich... Da hatten wir noch keinen akuten Fall in der Richtung.

CS: Ja, ich sag ja, ich bin nur über den einen Fall gestolpert und offenbar funktioniert das Qualitätsmanagement dahinter auch sehr gut.

PH: Na, hoffen wir es! *[lacht]*

CS: *[lacht]* Wie würdest du das denn einschätzen, wie machen das andere Medien? Wie sorgfältig sind die, wenn es um das Thema geht?

PH: Ja, also ich glaube eben so Standard, ORF, die sind da sicher genauso sorgfältig. Aber ich glaube schon, dass der Boulevard damit einfach leichter umgeht. Und die leben ja auch sicher viel mehr davon. Also zum Beispiel Österreich und Heute, die kriegen das ja auch zugeschickt und die zahlen, glaube ich, schon auch teilweise dafür. Deswegen ist das dort ganz anders. Deswegen ist wohl dort auch die Gefahr viel größer, dass sie halt einmal irgendeinem Schmäh aufsitzen. Aber wir sind halt einfach nicht so drauf angewiesen auf solche Geschichten, ja.

CS: Wobei die natürlich auch, sage ich mal, noch einmal einen viel stärkeren Fokus noch mal auf das Lokale haben.

PH: Eben. Ja.

CS: Und teilweise fordern die ja ihre Leser auch auf, Fotos einzuschicken.

PH: Ja, eben genau. Die Leserfotos oder was weiß ich bei irgendwelchen Ereignissen. Die zahlen halt dann auch dafür. Keine Ahnung, ob die bei solchen Dingen dann auch schon aufgesessen sind, wo es dann halt auch einfach zu schön war. Weiß ich nicht genau.

CS: Die Frage ist halt auch, ob es sie dann überhaupt kümmert. Will ich nicht unterstellen, aber...

PH: Das, ja. *[lacht]* Also ich glaube, das ist sicher, das gehört auch zu dem Geschäftsmodell dazu, dass man das in Kauf nimmt, dass das dann vielleicht auch mal nicht stimmt. Wie auch immer, es ist dann halt... *[unverständlich]* aber ja. *[lacht]*

CS: Wobei es, glaube ich, immer auch schwierig ist wenn man dran denkt: Man sagt ja immer so: Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte. Wie würdest du das einschätzen? Wenn man jetzt mal ein falsches Bild bringt und dann im Nachhinein sagt: „Na ja, ok, das war jetzt halt falsch.“ Eigentlich müsste ja dann doppelte Vorsicht geboten sein bei Bildern, oder? Wie siehst du das?

PH: *[überlegt]* Ja. Ja, wobei ich glaube, gab es nicht sogar schon so gefakte Interviews, die dann teilweise nachher als...? Also ich weiß nicht, wie das dann... Das wird einfach in Kauf genommen, der Auflage wegen oder des Klicks. Wo es eigentlich dann wurst ist, ob es stimmt oder nicht, also. Das wir waren auch schon wesentlich klick-getriebener als jetzt. Also das haben wir auch irgendwie... Ich weiß nicht, es muss ja mit der Marke Presse zusammenpassen. Man darf es auch nicht übertreiben. Klar hängen wir auch davon ab, wegen der Werbung mit jeder ausgespielten Seite – bringt ja jede. Aber das muss dann einfach auch mit der Marke zusammenpassen.

CS: Und da ist die Presse dann halt einfach eher, dass ihr sorgfältig...

PH: Ja. *[lacht]* Gut, da würden wir vielleicht manchmal eh gern mehr wollen als wir halt auch dürfen. *[lacht]*

CS: Ok, ja. *[lacht]*

PH: Aber so ist das halt bei der Presse.

- CS: Da gibt es halt dann auch eine klare Linie und die versucht ihr dann auch einzuhalten.
- PH: Ja, da schauen wir.
- CS: Ich würde dich gerne noch um zwei persönliche Einschätzungen bitten. Wenn du jetzt einmal an die fehlende Professionalisierung denkst, die ja Amateuraufnahmen doch meistens mitbringen und auch zum Teil diese fehlende Transparenz, die es vielleicht möglicherweise auch manchmal gibt, wo das jetzt genau herkommt, ist das echt. Leidet einer Meinung nach auf lange Sicht darunter auch ein bisschen die journalistische Qualität, wenn vermehrt solche Bilder auch in der Berichterstattung vorkommen?
- PH: Hm, also ich weiß nicht. Ich glaube, es vermittelt teilweise eben mehr Authentizität. Keine Ahnung. Und ich glaube halt, die klassischen Medien werden es weiterhin relativ wenig verwenden, jetzt nicht vermehrt. Ich sehe nicht, dass es drunter leidet, es eher als eine Erweiterung. Eben ich kann Ereignisse authentischer vermitteln, wo sonst halt nicht... Der APA-Fotograf kann halt nicht überall dabei sein und dann habe ich aber doch die Möglichkeit, was darzustellen wo wie es passiert ist, was ich sonst nicht könnte.
- CS: Das heißt, man es nimmt es dann da, wo es sinnvoll ist, weil ich sonst vielleicht da die Geschichte nicht so erzählen könnte und da ist es dann in dem Moment ein Mehrwert.
- PH: Na ja, in dem Fall macht es letztlich sogar wahrhaftiger, weil es greifbarer ist und besser verstehbar. Was ja auch eigentlich ein journalistischer Grundsatz ist, dass man es möglichst verständlich und greifbar macht. Also so gesehen ist es eher eine Bereicherung, aber halt mit den Gefahren, dass es dann halt nicht stimmt.
- CS: Mit denen man dann eben sorgfältig umgehen muss.
- PH: Eben, ja. Aber da muss man dann halt möglichst aufpassen, ja. Aber das ist eh so mit allem. Soziale Medien kann man jetzt als das große Feindbild begreifen, das tun auch einige Medien. Aber man kann auch sehr gut mit ihnen arbeiten.
- CS: Man kann es also auch nutzen und sich einen Mehrwert rausziehen.
- PH: Ganz genau, ja. Also das ist halt die Frage. Also ich sehe es nicht... Der... *[unverständlich]* der sieht ja das alles eher als Bedrohung, die ganzen sozialen Medien und so weiter. Aber ich sehe das viel zu kurz gegriffen eigentlich. Also es hilft uns sogar.
- CS: Letzte persönliche Einschätzung in Anbetracht der Tatsache, dass sich die Redaktionen ja eigentlich nur noch wenige eigene Pressefotos leisten oder leisten können. Das hat ja doch ziemlich abgebaut – viele haben ja auch gar keine eigenen Bildredaktionen mehr. Siehst du irgendwo diese Profession des professionellen Pressefotografen gefährdet durch vermehrte Amateurfotografen, die da auch irgendwie vermehrt die Medien bedienen?
- PH: Hm, na ja. *[überlegt]* Ja, wahrscheinlich irgendein Boulevardmedium, die tun sich vielleicht auch immer schwerer, wenn du als fixer Fotograf tätig bist. Weil halt immer mehr Material kommt, das wahrscheinlich auch anders geliefert wird. Ich glaube, das ist halt auch eine Herausforderung für die Fotografen letztlich.
- CS: Weil du jetzt gesagt hast im Boulevard, wie siehst du das im Qualitätsjournalismus?
- PH: Na ja, aber eben, man sieht es auch bei uns... Aber gut, das ist sowohl Fotograf als auch Redakteur wurde aus Budget-Gründen ja in den letzten Jahren auch alles immer dünner und dünner. Das trifft halt beide gleich. Aber das ist das Grundproblem des Journalismus im Moment, weil die ganzen Geschäftsmodelle einfach immer schlechter funktionieren oder gar nicht mehr. Das ist dann halt oft mit Personalabbau begriffen und deswegen trifft es halt die Fotografen genauso wie die normalen Redakteure, ja. Also es wird sicher auf allen Ebenen schwer.
- CS: Auf lange Sicht.
- PH: Ja. Ist leider so, ja.
- CS: Ich bin eigentlich schon durch mit meinen Fragen. Gibt es noch irgendwas, das du noch gerne ergänzen würdest, was wir jetzt nicht angesprochen haben, was du für wichtig hältst in dem Zusammenhang mit dem Thema?
- PH: Wir haben dann eh alles irgendwo irgendwie gestreift _ also da fällt mir jetzt mal konkret nichts ein.
- CS: Ja, ok. Dann haben wir es eigentlich schon. Vielen, vielen Dank, dass du dir die Zeit genommen hast.
- PH: Gern.

Interview mit Gregor Brandl (GB)

Stv. Chefredakteur der Lokalredaktion bei der Krone Zeitung

Transkriptionskürzel des Interviewten: PH

Transkriptionskürzel der Interviewerin: CS

- CS: Wie gesagt, das Thema ist der Umgang mit digitalen Amateuraufnahmen, weil einfach seit 5 bis 10 Jahren der Trend zu beobachten ist, dass immer mehr private Digitalaufnahmen in der Berichterstattung auftauchen. Vor 10 Jahren gab es das in diesem Sinne ja noch überhaupt nicht. Meine Frage zum Einstieg: Was sind aus Ihrer Sicht grundlegend Vorteile, die Redakteure durch digitale Amateuraufnahmen haben und was sind Nachteile, die das mit sich bringt.
- GB: Also gleich einmal vorausschickend, das ist ein guter Punkt. Ich habe 2006 begonnen, bei der Kronenzeitung zu arbeiten. Und damals hat das wirklich begonnen sozusagen dieses – wir nennen das ja Leserreporter – dass sozusagen Leser, Leserinnen, User begonnen haben, Content zu liefern.
- CS: Das ist ja dann auch ein Spezifikum, das es ja gerade auch im Lokalen gibt, oder?
- GB: Was es hauptsächlich in der Lokalredaktion natürlich gibt. Mir hat das damals unser Herausgeber auch erzählt, in einem der ersten Gespräche, dass das damals gerade brandheiß war. In Skandinavien war das ein großes Thema und das ist dann langsam auch zu uns gekommen. Ich hab 2006 begonnen, da war das noch sehr rudimentär das Ganze. Heute gehört es wirklich zum Alltag dazu. Es ist ein wichtiger Bestandteil der Lokalberichterstattung und wir versuchen das auch in den letzten Jahren immer weiter. Wir kennzeichnen das auch dementsprechend. Das wird auch beworben in der Zeitung mit einem Symbol, einem Handysymbol mit dieser Rufnummer, ich glaube, 5 mal die 5. Da gibt es eine eigene E-Mail-Adresse und es gibt auch ein Leserhonorar. Nicht sonderlich hoch, aber... Ich kann es jetzt nicht sagen, bitte – ich glaube 50 Euro pro Foto.
- CS: Also die werden dann auch dazu aufgerufen, zu dem und dem Thema Fotos zu schicken?
- GB: Also aufgerufen – immer wenn ein externes Foto erscheint vom einem Leserreporter, wird dieses als Leserreporterfoto gekennzeichnet. Und das motiviert natürlich dann die Leute, die das sehen, auch was zu schicken. Und der Vorteil ist natürlich, dass man näher dran ist am Geschehen. Das heißt in der Regel ist es so, dass der Leserreporter in Zeiten des Smartphone einfach näher dran ist als der Fotograf oder der Redakteur. Denn der Leserreporter ist eben da, wenn es passiert. Und er nimmt halt heute das Smartphone raus und drückt ab – das hat es früher halt nicht gegeben. Der ist *on location*, der ist live dabei und der Reporter meistens nicht und der rückt dann aus. Und ist natürlich auf das dann auch angewiesen. Das ist natürlich ein irrsinniger Vorteil, weil man viel näher an die Geschichten rankommt als früher. Der Nachteil natürlich ist, dass man... wie soll ich sagen: Die Konkurrenz schläft nicht. Der Konkurrenzkampf ist prinzipiell hart am Tageszeitungsmarkt und wird durch diese Sachen wie Leserreporterfotos noch weiter verstärkt. Ja, es ist immer auch schon um den Kampf der Fotos gegangen, natürlich, aber heute ist es auch der Kampf um die Leserfotos. Wer hat den dort? Oft ist es auch Glückssache.
- CS: Also auch ein bisschen: Wer hat... man kann ja auch sagen: Der Leser ist dann eben näher Geschehen und kann eben dann auch direkt draufhalten, wenn das passiert. Also dann auch die Frage: Wer bekommt dann dieses Bild sozusagen zuerst, wenn es jetzt eben nur von einem Leser fotografiert wurde?
- GB: Ja. Da gibt es dann immer wieder Grenzfälle. Das steckt ja alles auch noch in den Kinderschuhen und wird dementsprechend auch noch weiter zunehmen. Die Frage ist die: Wir hatten auch schon Fälle, wo ein User, eine Person, ein Mensch, hat ein Leserreporter Fotos gemacht und irgendwann an mehrere Zeitungen quasi verkauft oder zur Verfügung gestellt. Da ist jetzt die Frage, wie geht man damit um? Das ist noch nicht wirklich... Weiß ich nicht, vor allem, wenn man es dann quasi nicht weiß. Man lernt dann aus den Erfahrungen.
- CS: Man kauft dann das Bild und kommt dann im Nachhinein drauf, dass es eigentlich eh an alle verkauft wurde?
- GB: Na ja, kauft... das Foto wird dann sozusagen zu unseren Bedingungen verwendet. Das sind eben diese 50 Euro, das ist auch kein Geheimnis – ich glaube es sind 50 Euro. Oder 55 Euro. Gut, aber was heißt das dann, wenn das Foto dann irgendwo anders auch erscheint? Kann ich jetzt

auch nicht wirklich sagen. Ich glaube auch, das ist noch nicht wirklich ausjudiziert auch bei uns im Haus. das wird in der Zukunft noch interessant werden.

CS: Was muss denn jetzt aber eine Amateuraufnahme haben – bei euch jetzt speziell auch – dass sie verwendet werden kann? Also im Wortjournalismus spricht man ja auch gerne von Nachrichtenfaktoren. Was muss ein Bild haben, damit es verwendet werden kann bzw. verwendet wird?

GB: Logisch angefangen ist einmal die Qualität entscheidend. Ich muss was erkennen auf dem Bild. Wir kriegen teilweise Videos, wo einfach die Qualität so schlecht ist, dass ich sage: „Ok, das kann ich nicht bringen.“

CS: Da ist vermutlich dann auch die qualitative Bandbreite ziemlich groß?

GB: Da ist die Bandbreite irrsinnig groß. Dann ist auch die Frage natürlich: der Inhalt. Nachrichtenfaktoren – es schicken uns viele Leser von einem Kamin mit ihrer Katze und mit den Babys.

CS: Wo ist die Nachricht?

GB: Ja, wo ist die Nachricht? Wir bringen auch immer wieder, keine Ahnung, Leserreporter-Fotos von einem schönen Himmel über Wien. Es muss halt auch was haben das Foto. Aber an sich sollte es newswürdig sein.

CS: Irgendeine Geschichte muss schon dahinter stecken.

GB: Ja. Das ist es, ja. Und dann gibt es natürlich gewisse Richtlinien, die man prüfen muss. Erst einmal ethische Grundlagen. Also zum Beispiel konkret: Wir bringen keine Fotos von Toten oder von Schwerverletzten. Da kriegen wir auch diverse Fotos.

CS: Man kann ja dann auch nicht davon ausgehen, dass Amateure diese Richtlinien kenne oder das so verinnerlicht haben, dass das aus ethischen Gründen jetzt vielleicht nicht gebracht werden sollte. Das kann man ja vermutlich auch nicht immer voraussetzen, weshalb dann auch solche Fotos kommen.

GB: Natürlich. Bei uns landen auch solche Fotos dann. Es ist immer die Frage, was kann man dem Leser zumuten, was wollen wir dem Leser zumuten? Also man kann sicher nicht alles bringen, was reinkommt. Und natürlich ist es uns auch wichtig und ein Anliegen, dass wir die Quelle checken. Nicht alles was reinkommt, wird gebracht.

CS: Ja, sicher.

GB: Wir schauen: Ok, von wem kommt das? Da wird nachtelefoniert. Es werden nicht einfach Fotos anonym gebracht. Das machen wir nicht, geht nicht.

CS: Ist ja eigentlich ohnehin mehr oder weniger Pflicht, dass man auch das Copyright bzw. die Quellenangabe angibt, oder?

GB: Natürlich, aber man muss natürlich auch immer die Geschichte hinterfragen: Von wem kommt sie? Und jedes Bild kann eine andere Geschichte haben. Also man muss auch die Geschichte dahinter... Das Foto sollte immer einen Ausschnitt aus der Wirklichkeit zeigen, nur die Frage ist die Geschichte hinten herum, die der Leser dann schildert – es gibt immer zwei Geschichten.

CS: Man sieht ja auch nie, was hinter der Kamera passiert ist.

GB: So ist es, ja. Es ist ja immer nur ein Ausschnitt. Also da muss man schon sehr aufpassen.

CS: Und – das war jetzt eh schon angesprochen: Bei der fehlenden Professionalisierung ist dann manchmal die Qualität auch so schlecht, dass es nicht verwendet werden kann. Wenn es jetzt so ist, dass das Bild jetzt aber doch so brisant ist, dass man sich denkt: Ok, die Qualität ist vielleicht nicht so gut. Wie wägt man dann da ab? Macht man dann auch Abstriche?

GB: Natürlich macht man Abstriche. Das kommt auf den Bericht an, auf die Geschichte. Wir bringen auch Fotos von schlechterer Qualität, das hängt von der Geschichte ab. Wenn wir jetzt ein Leserfoto haben von schlechter Qualität, sagen wir mal, ok. Es ist ein Dokument, wenn die Geschichte das hergibt. Wenn das jetzt – Hausnummer – ein Massaker in Wien ist. Wir hatten, glaube ich, vor 2 oder 3 Jahren dieses Massaker in Wien in diesem Hindutempel da beim Westbahnhof, wo sich die gegenseitig... Ja, wenn man da jetzt das Foto kriegt vom Täter, der davon läuft mit der Axt in der Hand, der gesucht wird, dann wird man es wohl nehmen, auch wenn jetzt die Auflösung nicht wunderbar perfekt ist.

CS: Auch wenn es vielleicht ein bisschen verpixelt ist, ja. Wobei da natürlich wohl auch noch einmal ein großer Unterschied ist, wenn man es jetzt wirklich für die Druckversion verwendet oder halt für online, oder?

GB: Natürlich, natürlich, wobei das ist auch wieder eine unterschiedliche Baustelle. Ich bin stellvertretender Ressortleiter der Lokalredaktion Print. Wir arbeiten natürlich auch eng zusammen.

- CS: Ich weiß, ich mein nur, weil ja dann bei Print auch noch mehr Bilder rausfallen, weil durch den Druck von der Bildqualität ja noch mal was verloren geht, nicht?
- GB: Ja.
- CS: Also, das ist ja dann noch mal viel verpixelter. Bei online sieht es dann wahrscheinlich schon wieder ein bisschen anders aus, da kann man vielleicht noch ein bisschen trixen oder so. *[lacht]*
- GB: Ja. *[lacht]* Aber da bin ich jetzt wirklich nicht so der Experte. Natürlich, die können Videos bringen, wir verlinken drauf. Es kommen auch so viele Videos jetzt rein, aber was mache ich als Tagesmedium mit einem Video? Natürlich kann ich dann einen Filmstreifen machen, darauf Fotos reinstellen, denn es geht um das bewegte Bild, verlinken wir.
- CS: Da kann man dann höchstens noch über das Video berichten.
- GB: Berichten – Hausnummer –man sagt: „Ok, bitte, da verlinken und nähere Infos auf krone.at“
- CS: Das wurde auch schon angesprochen: Natürlich nimmt man dann auch nicht jedes Material für wahre Münze....
- GB: Sollte man nicht! *[lacht]*
- CS: ...sondern man hinterfragt, wo kommt das her?
- GB: Ja.
- CS: Wie wird denn das Material auf Echtheit hin überprüft? Wenn ich jetzt gerade mal auch an einfachste Bildbearbeitungssoftware denke. Ich meine, dass man mal vielleicht mit einem Filter ein bisschen so oder schärfen, dass können wahrscheinlich auch viele Laien. Ich bin ja jetzt auch kein Profi in Bildbearbeitung, aber dass ich das ein bisschen zuschneide oder vielleicht mit Photoshop was wegretuschiere, das kriege ich auch noch hin. Sieht man das an Bildern dann überhaupt noch? Kann man das überprüfen, wenn man jetzt von irgendeinem Amateur was kriegt?
- GB: Also das ist wirklich eine sehr schwierige Frage. Wie gesagt... *[überlegt]* Jedes Foto, das bei uns reinkommt, wird von der Quelle her überprüft.
- CS: Da muss ja auch die Rechtslage geklärt sein?
- GB: Es muss die Rechtslage geklärt sein, es ist wichtig, die Geschichte hinter der Geschichte. *[überlegt]* Da jetzt, sozusagen... *[zögert]* kommt, glaube ich, nicht sehr oft vor. Kann natürlich vorkommen, sollte sich aber durch die Recherche an sich ausschließen lassen, ja.
- CS: Es ist halt eine schwierige Frage, ja.
- GB: Ja, man kann nicht, ja – es ist halt immer die Frage: Wem vertraut man? Vertraut man den Fotos von den Agenturen, die reinkommen? Es ist halt... puh... *[überlegt]*
- CS: Das wäre halt auch eine Frage: Macht es einen Unterschied, über welchen Weg sozusagen ein Bild in die Redaktion gelangt?
- GB: Ja natürlich, ja. Das ist ein guter Punkt. Wenn ein Fotograf von uns, ein Hausfotograf der Kronenzeitung ausfährt, dann... ja...
- CS: Natürlich, dann geht man davon aus, dass der das gescheit macht. *[lacht]*
- GB: Na ja, klar! *[lacht]* Dann ist das für mich 100%.

[Gespräch wird kurz von Krone-Fotograf unterbrochen – kurzes Gespräch]

- CS: Wir waren beim unterschiedlichen Weg, wie die Aufnahmen in die Redaktion gelangen. Also wenn es zum Beispiel über eine Agentur kommt oder direkt von einem Amateur oder wenn eben der eigen Fotograf ausrückt.
- GB: Natürlich hat Fremdinhalt, wenn man das so nennen darf, nicht denselben Status wie Eigeninhalt, der von uns produziert wird. Natürlich muss das einer besonders kritischen Prüfung unterzogen werden. Ist klar. Ist so.
- CS: Wobei, man kann vermutlich jetzt auch nicht jedem Bild wirklich auf die Zahnwurzel fühlen.
- GB: So ist es, ja.
- CS: Das ist auch, glaube ich, im Medienalltag nicht möglich.
- GB: So ist es, ja. Und ich glaube, dass sich diese Sachen mit Fake und gefaket... Wir haben diesbezüglich bis jetzt Gott sei Dank keine Erfahrungen gemacht. Gott sei Dank, ja.
- CS: Das ist dasselbe bei gestellten Szenen auch, oder? Also wenn ich jetzt denke an irgendwelche Bilder manchmal – also das trifft jetzt vielleicht nicht so auf die Lokalredaktion weniger zu – aber wenn irgendwo Bilder auftauchen, aus irgendwelchen Kriegsgebieten oder Krisengebieten, ich meine, da muss man sich wohl auch ein bisschen auf seine Erfahrung verlassen und auf Hintergrundrecherche?

- GB: So ist es. Also ich war jetzt in diesen letzten 8 Jahren nie in der Situation, dass ich jetzt auf ein Leserfoto angewiesen gewesen wäre und sage: „Ok, das ist jetzt die exklusive Geschichte, nur dieses Foto ist die Geschichte – entweder das Foto ist jetzt echt oder nicht echt.“ – das hat es nie gegeben.
- CS: Ja.
- GB: Also wenn ich jetzt – Gott sei Dank!
- CS: Also es sind dann auch Fälle, wo man, sage ich mal, die Intention dahinter hinterfragt. Also was wäre jetzt die Intention dahinter, wenn einer sagt, ich bearbeite das oder fälsche das. Dass man da irgendwo auch abwägen kann, ok was hätte der jetzt davon für einen Nutzen, das zu manipulieren?
- GB: Natürlich. Ja.
- CS: Mich würde noch interessieren...
- GB: Tschuldigung, das ist natürlich auch ein ganz interessanter Punkt!
- CS: Ja, bitte!
- GB: Was immer wieder vorkommt, ist... Diese Intension ist ein guter Punkt. Natürlich gibt es dann teilweise Sachen, die einem zugespielt werden. Solche Rachsachen, wo halt Leute dann irgendwelche Geschichte... Ja, das ist natürlich auch bzw. das muss man natürlich auch bedenken. Das hat es gegeben. Wenn irgendwelche Leute Fotos von irgendwem schicken und sagen: „Pass auf, der hat das und das...“ Das ist halt... Diese Form des Leserfotos, da muss man halt auch aufpassen, weil das kann halt auch Leute motivieren und die Leute dann irgendwo hineinreiten. Das muss man auch bedenken. Aber ich kann mich nicht an eine Geschichte erinnern, wo das... ja. Sorry, aber das ist... nein. Geht nicht.
- CS: Wie ist es denn, wenn jetzt tatsächlich mal irgendwelche Aufnahmen sind und man sich vielleicht nicht sicher ist, ob das echt ist oder nicht – kam jetzt noch nicht so wirklich vor, dass jetzt wirklich mal schnell abwägen musste, bringen wir das jetzt oder nicht. Würde es dann eher so gehandhabt werden, dass ihr jetzt bei euch in der Redaktion sagt, ok, nein, ich bin mir nicht sicher, ob das so ganz kosher ist, lassen wir lieber. Oder würde man es dann trotzdem bringen, aber das thematisieren, dass das nicht so ganz 100%ig sicher ist, dass das tatsächlich echt ist oder verifiziert ist?
- GB: Das kommt auch immer wieder auf den Bericht an, also auf die Brisanz der Geschichte.
- CS: Ich meine, man kennt ja auch diese Fälle, das irgendwo steht: „Person XY twitterte das und das“ und in dem Sinne legt man die Quelle offen, aber thematisiert dann auch, ob das dann so stimmt, ist nicht klar.
- GB: Machen wir, ja. Was soll ich sagen?
- CS: Ich meine einfach nur, dass es ja dann auch verschiedene Möglichkeiten gibt, das zu thematisieren, wenn man jetzt sagt, dass man sich unsicher ist über die Quelle: Lassen wir komplett raus, weil es uns zu heikel ist. Oder dass man sagt: das haben wir gehört, der und der verbreitet das, aber das ist nicht geprüft oder es wird irgendwie darüber diskutiert, ob das tatsächlich sich so abgespielt hat. Das sind ja nur verschiedene Varianten, wie man mit dem Thema umgehen kann.
- GB: Das hängt wirklich von der Geschichte ab. Wir bringen im Zweifel nichts Ungeprüftes. Wir sind Gott sei Dank jetzt nicht oft mit diesen Sachen konfrontiert. In der Regel ist es ja auch so, muss man ja auch dazu sagen, wenn jetzt wirklich Leserreporter-Fotos reinkommen, fährt ja der Journalist auch aus und der Krone-Fotograf fährt ja dann auch aus. Wenn wir da jetzt das Foto kriegen irgendwo, keine Ahnung. Ich muss gerade überlegen... Da fährt dann ja auch der Reporter aus. Es ist ja nicht so, dass wir das kriegen und sagen: „Ah, hallo, super, cool. schönes Foto, was erzählt mir die Geschichte, aha, soso, gut.“
- CS: Nein. Sondern ihr werdet ja dann auch aktiv.
- GB: Nein! Da wird recherchiert, da wird bei der Polizeipressestelle nachgefragt, was ist da passiert, kann das sein? Man fährt hin und dann sieht man das eh. Und drum ist denen, glaube ich, auch bekannt, dass wir da jetzt nicht einfach irgendwas bringen, weil das ist ja sinnlos, echt. – Sorry, ich ... Gibt es noch irgendwas, was wirklich unaufschiebbar ist, weil ich muss wirklich in zwei Minuten, wir haben eine Besprechung noch...
- CS: Hm, zwei kurze Fragen vielleicht noch: Besondere Kennzeichnung war schon angesprochen mit dem Handysymbol.
- GB: Ich kann Ihnen das zeigen, das haben wir in der Zeitung, Das sehen Sie, glaube ich, eh jeden zweiten Tag in der Zeitung drinnen.

CS: Das Handysymbol, das ist dann eh immer direkt beim bild dabei.

GB: Ja, das ist am Bild oben.

CS: Und Angabe des Fotografen, genau.

GB: Das ist eh jeden zweiten Tag drinnen. Da ist das Foto, dann haben wir oben das Handy, das lustige, mit „Krone Leserreporter“, und der Foto-Credit, der steht daneben.

CS: Eine Frage würde mich noch interessieren, was passiert denn, wenn ihr im Nachhinein drauf kommt, dass ihr eventuell ein Bild gebracht habt, was sich als Fake herausstellt oder irgendwas?

GB: Wir nehmen eine Schere und schneiden es aus der Zeitung raus. *[lacht]*

CS: Ach, wirklich? *[lacht]*

GB: Scherz! *[überlegt]* Kann ich jetzt wirklich nicht beantworten, weil das noch nie passiert ist.

CS: Das ist ja sehr positiv. Das ist sogar schon einer Presse passiert. Die habenn ämlich über diesen Wolf im Olympischen Dorf berichtet. Da gab es ein Video von einer Sportlerin und Jimmy Kimmel, das haben sie ganz aufwendig gemacht. Das hat sie auf Twitter und Youtube gepostet: „Wolf im Olympischen Dorf.“ Da hat sie halt aus der Tür raus gefilmt und man sieht einen Wolf durch den Gang gehen. Das war in Sotschi, hat eben voll gut da rein gepasst.

GB: Ah, ok, das ist irgendwie an mir...

CS: Na jedenfalls, die Presse hat darüber berichtet. Und einen Tag später: „Oh, war ein Fake! – Also, das passiert jedem.“

GB: *[lacht]* Ja, aber wie gesagt, wir sind eine Lokalredaktion, da kriegen wir relativ selten gefakte Videos von Wölfen. *[lacht]*

CS: Ja eh. Nein, überhaupt nicht.

GB: Nein, aber es ist ein guter Punkt.

CS: Mich würde vielleicht noch interessieren eine persönliche Einschätzung, wie es die anderen machen? Bzw. wie sich diese fehlende Professionalisierung allgemein auf das journalistische Produkt auswirkt? Wobei das beim Lokalteil eigentlich wieder ein ganz anderer Zugang ist.

GB: Ich meine, das Medium, die Berichte werden natürlich durch Web 2.0, Leser-Content, durch Smartphones einfach schneller. Der Leser ist näher dran, viel schneller. Der Konkurrenzdruck ist einfach mit dem Internet. Ich meine, wir mutieren unsere Zeitung jeden Tag bis 00:00 Uhr und da bist du halt... Ja, da musst du quasi auch vorarbeiten. Du musst ja heute als Zeitung heutzutage auch mehr liefern als das Internet liefern, denn sonst kannst du gar niemand mehr motivieren, dass er die Zeitung kauft. Das macht das Ganze natürlich spannender, das macht es schneller, teilweise interessanter, aber es ist natürlich auch mehr Aufwand. Also für den Redakteur jetzt.

CS: Ja, aber für euch jetzt im Lokalen hat es vor allem einen Mehrwert, weil ihr näher an den Geschichten dran seid?

GB: Es hat absolut Mehrwert, ja!

CS: Und letzter Satz – ich will jetzt auch gar nicht aufhalten. Wie ist da so die persönliche Einschätzung: Ist die Profession des professionellen Pressefotografen durch die vermehrten Amateur-aufnahmen irgendwo gefährdet? Oder sind das zwei Paar Schuhe, die nebeneinander herlaufen?

GB: Es sind definitiv zwei Paar Schuhe. Also, wir haben die Zahl unserer Fotografen nicht verändert, Gott sei Dank. Also im Gegenteil. Es sind ja oft Dokumente, es gehört dazu.

CS: Das finde ich aber auch gerade interessant, weil viele Redaktionen leisten sich ja überhaupt nicht mehr großartig viele Bildredakteure oder eigene angestellte Fotografen.

GB: Nein, Gott sei Dank, wir haben unser Fotografen-Team. Ja, das hat sich jetzt auch nicht verändert. Die Zeitung lebt ja in erster Linie doch von schönen Bildern – sollte und das tut es auch bei uns. Und da brauchen wir professionelle Fotografen.

CS: Die auch ihr Handwerk richtig beherrschen.

GB: Ja natürlich, ja. Gut, ich muss...

CS: Also noch keine aussterbende Art?

GB: *[lacht]* Da kann Ihnen dann der Kollege was sagen. Nein, an sich nicht.

CS: Gut, herzlichen Dank!

Curriculum Vitae

Mag. phil. Christina Schuhmacher, Bakk. phil.

Zur Person

Geburtsdaten: 30.07.1985 in Schwetzingen/Deutschland
Nationalität: Deutsch
Kontakt: christinaschuhmacher@gmx.net

Schule und Studium

2009 – heute	Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
Feb – Jun 09	ERASMUS: Auslandssemester in Kopenhagen Film and Media Studies an der University of Copenhagen
2005 – 2013	Diplomstudium der Germanistik / Deutschen Philologie an der Universität Wien
2005 – 2008	Bakkalaureatsstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
1996 – 2005	Carl-Benz-Gymnasium, Ladenburg
1992 – 1996	Graf-von-Oberndorff Grund- und Hauptschule, Neckarhausen

Stipendien: Scheffel-Preis für besondere Leistungen im Fach Deutsch (2005)
Online-Stipendium: e-fellows.net-Stipendium (2005)
ERASMUS-Stipendium (2009)

Praktika und Berufserfahrung

15.06.13 – heute	Mitarbeiterin Kommunikation Siemens AG Österreich in Wien
26.04.12 – 31.03.13	Freie Mitarbeiterin/PR-Assistenz juicy pool. communication in Wien
01.04.11 – 30.09.11	Praktikum Public Relations The Skills Group GmbH in Wien
15.06.10 – 31.12.10	Assistentin im Back Office USU Austria GmbH in Wien
23.09.09 – 12.12.09	Praktikum Presse und Redaktion HOKOHOKO Media GmbH in Wien
17.11.08 – 19.12.08	Praktikum Werbung/Kommunikation Kreativagentur un!art in Wien
01.04.06 – 30.07.06	Telefonisches Marketing PICHA Communications in Wien
25.04.02 – 01.10.02	Freie Mitarbeiterin Markt- und Meinungsforschung C.M.R. in Mannheim

Kenntnisse

<i>Sprachen:</i>	Deutsch (Muttersprache) Englisch (fließend) Französisch (gut) Spanisch (gut) Dänisch (Grundkenntnisse)
<i>Sonstiges:</i>	Microsoft Office Tools (Word, Excel, Power Point) CMS-Systeme Führerschein Klasse B

Abstract (deutsch)

Auch in der heutigen Zeit haben Bilder nichts von ihrer Macht verloren. Vor allem Fotografien werden eine besondere Authentizität und ein außerordentlicher Beweischarakter zugesprochen. Obwohl auch ein Foto immer nur einen Ausschnitt der Wirklichkeit zeigen kann, sind Bilder dem geschriebenen Wort seit jeher überlegen. Die Aufnahmen aus dem Gefängnis von Abu Ghraib stehen als ikonografisches Symbol für Amtsmissbrauch und Misshandlung. Das Besondere an ihnen: Es waren die ersten Schnappschüsse aus privaten Digitalkameras, die ans Licht brachten, was sich hinter dunklen Mauern abgespielt haben musste. Heute, rund zehn Jahre nach dem Skandal, ist ein wachsender Trend in Richtung der Verwendung digitaler Amateurfotografien in der medialen Berichterstattung zu beobachten. Im Zeitalter von Internet, Smartphones und digitaler Bildmanipulation stellt diese Entwicklung (Bild-)Redakteure seriöser Qualitätsmedien vor nie dagewesene Herausforderungen. Wie können Journalisten überprüfen, ob es sich dabei um authentisches Material handelt und wie wird bei trüben Quellen mit dieser Gefährdungslage umgegangen? Welche Richtlinien gelten im Hinblick auf nicht-professionelles Bildmaterial? Welche Vor- und Nachteile ergeben sich grundsätzlich durch Amateuraufnahmen und welche Kriterien sind für ihre Verwendung entscheidend? Werden diese Bilder auf besondere Weise gekennzeichnet? In Anbetracht der Tatsache, dass Laien nicht unbedingt den geltenden publizistischen Normen entsprechend handeln, scheint es auch angebracht danach zu fragen, ob darunter auf lange Sicht womöglich die journalistische Qualität insgesamt leidet. Bedroht der Vormarsch der Amateurfotografen womöglich eine ganze Profession?

Die Beantwortung dieser Fragen hat sich die vorliegende Magisterarbeit zum Ziel gesetzt. Dafür wurden leitfadengestützte Experteninterviews mit (Bild-)Redakteuren der tagesaktuellen Qualitätsmedien *Standard*, *Presse* und *Kurier* durchgeführt. Um einen Vergleichswert zum Boulevard zu gewinnen, erfolgte zudem die Befragung eines Redakteurs der *Kronen Zeitung*. Den Ergebnissen dieser Erhebung wurden bestehende Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Literatur vorangestellt, um so eine Brücke zwischen Theorie und Praxis zu schlagen.

Abstract (englisch)

Even today, the power of images is as strong as it has ever been. Photographs in particular are supposed to possess a special authenticity and extraordinary evidential value. Regardless to the fact that pictures can only show a piece of reality, images have been superior to the written word ever since. The pictures from the Abu Ghraib prison have become the iconographical symbol of mistreatment and abuse of authority. What is special about them: They are the first snapshots taken from private digital cameras that brought to light what was buried behind dark walls. Today, about ten years after the scandal, an increasing trend towards the use of digital images created by anonymous photographers and amateurs can be observed. In the age of internet, smart phones and digital alteration of images, (photo) editors from reputable high quality media are confronted with never known challenges with regard of this tendency. How can the authenticity of this material be verified and how do journalists handle the existing danger of uncertain sources? Which guidelines apply to unprofessional photo material? Is there a special way to mark amateur photographs? Due to the fact that amateurs do not necessarily base their work on applicable standards of professional journalism, it also seems appropriate to ask, if editorial quality suffers on the long run from this development. Is the rise of amateur photographers even jeopardizing a whole profession?

The aim of this master thesis is to provide answers to the questions posed afore. Thus, (picture) editors of the Austrian daily quality media *Standard*, *Presse* and *Kurier* have been surveyed by the means of guided interviews. To gain a reference value to tabloid journalism, also one editor working for the daily newspaper *Kronen Zeitung* has been interviewed. The results of this analysis are preceded by a review of established knowledge from scientific literature in order to build a bridge between the theory and practical experience.