

Bilder müssen nicht immer alles beantworten

Nadja Masri leitet die „Klasse Bildredaktion“ an der Ostkreuzschule für Fotografie (OKS), einem der wenigen Orte in Deutschland, an dem diese Ausbildung angeboten wird. Damian Zimmermann sprach mit ihr über die Bedeutung und Wertschätzung von Bildredakteuren, kulturellen Unterschieden am Beispiel der USA und neuen Erzählmöglichkeiten im Bildjournalismus.

Warum wird die Arbeit des Bildredakteurs noch immer so geringgeschätzt im Vergleich zu denen der übrigen Redakteure?

Das kann man nicht so pauschalisieren. Ich habe tatsächlich immer in Redaktionen gearbeitet, in denen die Bildredaktion ein wichtiger Bestandteil des Teams war. Und wenn ich mir ansehe, wo die Absolventinnen und Absolventen der Klasse Bildredaktion landen, dann sind es auch Orte, an denen die Arbeit der Bildredakteure geschätzt wird: Von Agenturen wie Focus und Ostkreuz, über die C/O Berlin und den Deutschlandfunk Kultur bis zu den großen Medienhäusern wie „FAZ“, „Fluter Online“, der Geo-Gruppe, dem Mare-Verlag oder „Die Zeit“.

Wichtig sind: Kompetenz beim Recherchieren und Editieren, selbstsicheres Auftreten und dezidiertes Sprechen über Bilder und Bildauswahlen. So kann man sich Respekt und Wertschätzung auch erarbeiten. Aber offensichtlich ist es so, dass immer noch nicht überall, ob überregionale oder lokale Tageszeitung, klar zu sein scheint, welche große Bedeutung und Wichtigkeit Bilder haben, damit Nachrichten wahrgenommen werden und dass es Expertinnen und Experten braucht, die die visuelle Qualität einer Publikation garantieren.

Gibt es Länder, in denen Bildredakteure mehr geschätzt werden?

In den USA gibt es eine ganz andere Tradition bei den Tageszeitungen als bei uns: Festangestellte Fotografen und Bildredakteure gehören zum festen Bestandteil des Redaktionsteams. Während meiner Zeit in den USA von 2001 bis 2010 war ich überrascht und beeindruckt von den Geschichten, die manchmal über Monate von einem Text-Bild-Team erarbeitet wurden, wie zum Beispiel die 2006 mit dem Pulitzer-Preis ausgezeichnete Serie „Final Salute“, die Todd Heisler damals für die „Rocky Mountain News“ in Denver gemacht hat. Ein Jahr lang begleitete er mit einem Kollegen die Arbeit des US-Majors Steve Beck der Marine Ehrengarde, der Familien über den Tod eines angehörigen Marinesoldaten während des Irak-Krieges benachrichtigte und Beerdigungen organisierte. Um in den USA zu bleiben: Picture of the Year International zeichnet bis heute nicht nur die Arbeiten von Fotografen aus,

sondern mit „Editing Awards“ auch die von Bildredakteuren. So eine Auszeichnung würde ich mir auch in Deutschland wünschen. Auf der anderen Seite sind die USA aber auch vom Zeitungssterben betroffen: Die „Rocky Mountain News“ wurden bereits 2009 eingestellt.

Rennen die Medienhäuser, Zeitungen und Zeitschriften, online wie analog, auf eine Bilder-Krise zu, weil in den Reaktionen immer mehr schlecht oder gar nicht qualifizierte Mitarbeiter über die Bildauswahl entscheiden?

Es ist interessant, dass mit der Bilderflut bei vielen Medien nicht das Bewusstsein gestiegen ist, qualitativ hochwertig zu visualisieren, damit man herausficht und wahrgenommen wird. Meiner Meinung nach ist weniger oft mehr und der Bebilderungszwang in den Online-Medien ein Problem. In der Zeitung gibt es durchaus eine Meldung ohne Bild, online gibt es das nicht. Und wenn die Schicht der Bildredaktion beendet ist, dann suchen die Textredakteure die Fotos aus. Andersherum schreiben die Bildredakteure aber nicht die Texte ihrer Kollegen.

Hier spiegelt sich im Kleinen ein großes gesellschaftliches Manko wider. Technisch gesehen, kann heute jeder fotografieren, produzieren und veröffentlichen, doch Fotografieren, Recherchieren und Editieren sind Kompetenzen, die man nicht automatisch hat. Damit meine ich: So wie jeder meint, Bilder lesen zu können, so meinen manche Verlage, dass auch jeder Bilder auswählen könnte. So ist es aber nicht. Es wird höchste Zeit, dass unsere Gesellschaft „visually literate“, also eine visuelle Lesefähigkeit erwirbt und die Verlage die Bildersuche und Auswahl den Profis überlassen.

Aber zum Glück gibt es Publikationen, die das schon lange erkannt haben und auch entsprechend aussehen und erfolgreich sind.

Haben sich journalistische Fotografien in den letzten zwei Jahrzehnten verändert, weil sie auch beim schnellen Scrollen auf dem Smartphone „verstanden“ werden müssen?

Gute Frage. Ich denke, die journalistische Fotografie wird vielfältiger, aber vor allem deshalb, weil der Wunsch besteht, gesellschaftlich relevante Themen vielseitiger und eben nicht nur klassisch journalistisch oder reportagehaft zu erzählen. Außerdem findet seit Jahren eine Vermischung zwischen journalistischer und künstlerischer Fotografie statt, es werden also auch dokumentarische Projekte häufiger in Fotobüchern veröffentlicht und ausgestellt. Zudem bietet das Internet neue Erzählformen, so dass eine Geschichte crossmedial erzählt werden kann. Thumbnails auf der Website einer Tageszeitung oder Quadrate im Instagram-Feed müssen andere Kriterien erfüllen als ein doppelseitiges Bild in einem Magazin, aber deswegen fotografieren professionelle Fotografinnen und Fotografen meiner Wahrnehmung nach nicht anders, sondern wählen andere Bilder aus.

Was wünschst du dir von Medien im Umgang mit Fotografien – und was von den Fotografen?

Zum Teil überschneiden sich die Wünsche. Von den Medien wünsche ich mir, dass sie keine langweilige Belegoptik, die ohnehin nur etwas zeigt, was im Text geschildert wird, und keine Symbolbilder nutzen, die Stereotype manifestieren. Ich wünsche mir mehr Geschichten und weniger Einzelbilder und natürlich eine angemessene Bezahlung.

Von Fotografinnen und Fotografen wünsche ich mir, dass sie überlegen, was die Geschichte hinter einer Meldung ist, worauf sie ihren inhaltlichen Schwerpunkt legen und wie sie diese Geschichte adäquat, spannend und überraschend erzählen können. Und von beiden wünsche ich mir, dass sie die Möglichkeiten ausschöpfen, die die Medien ihnen bieten.

Nehmen wir ein konkretes Beispiel: das Thema Obdachlosigkeit. Bekannt sind Porträts von Obdachlosen. Wenn ich das mache, müssen die Porträts einfach unglaublich stark sein, denn diesen Ansatz gab es schon so oft und man läuft Gefahr, dass die Bilder nicht wahrgenommen werden und untergehen. Neulich sah ich in der „Zeit“ das Bild einer Frau mit einem Kind vor einem Zelt, das unter einer Brücke aufgeschlagen war. Es war sofort klar, dass die an diesem unwirtlichen Ort keinen Urlaub machen. Mein zweiter Blick fiel auf die Bildunterschrift: „Leben zu zweit: Eine obdachlose Mutter und ihr siebenjähriger Sohn in Berkeley/Kalifornien.“ Das Bild stammt aus einer Reportage über „Theo: homeless at age 7“ von Gabrielle Lurie. Die

Umsetzung ist klassisch gut, aber der inhaltliche Schwerpunkt etwas ganz Besonderes. Das Bild lässt mich innehalten, es berührt mich, die Geschichte über ein obdachloses Kind und seine alleinziehende Mutter „im reichsten Armenhaus der Welt“ interessiert mich.

Eine andere großartige konzeptionelle Serie zu dem Thema Obdachlosigkeit ist „Living Room“ der OKS-Absolventin Jana S. Nolle. Sie hat die Behausungen von Obdachlosen in San Francisco in Zusammenarbeit mit ihnen in Wohnzimmern reicher Menschen nachgebaut. Mehr über diese mehrfach ausgezeichnete Serie, die sie jetzt in Berlin fortsetzt, kann man übrigens in einem Interview mit ihr auf dem Blog der Ostkreuzschule unter oks-lab.de erfahren.

Last not least möchte ich die beim Lumix Festival ausgezeichnete interaktive digitale Story „The Homeless“ von Cicilie S. Andersen und Maria Knoph Vignsnaes erwähnen. In Oslo findet jede Nacht eine Lotterie für Obdachlose statt: Zieht man eine grüne Marke, bekommt man ein Bett – zieht man eine rote, muss man die Nacht draußen verbringen. Die Fotografin Andersen und die Autorin Vignsnaes haben die Obdachlosen auf der Suche nach einem Schlafplatz auf der Straße in Oslo genauso wie die Lotterie-Gewinner begleitet. Ich denke, so wird deutlich, was für mich gut erzählt, auf unterschiedliche Weise umgesetzte Geschichten zu einem immer wiederkehrenden und gesellschaftlich relevanten Thema sind.

Wird es für Fotografen und Reporter schwieriger, die Krisen unserer Zeit in Bildern einzufangen, weil sie abstrakter, unsichtbar oder zu vielschichtig und ambivalent sind – zum Beispiel die Klimakrise?

Ich glaube nicht, dass man das so sagen kann. Klar ist jedoch – und das belegen Untersuchungen: Mit den immer gleichen, schon so oft gesehenen Bildern von rauchenden Schloten oder dem Eisbären auf der Scholle trifft man nicht immer das Thema und bewegt niemanden zum Umdenken. Aus diesem Grund muss man sich überlegen, wie man solche Themen anders darstellen kann. Diese Arbeiten gibt es und sie müssen einfach nur gezeigt werden wie beispielsweise Mandy Barkers Serie über Plastikmüll aus dem Meer, die mit dem Titel „The Art of Plastic Pollution“ in der „Planet or Plastic?“ Ausgabe von „National Geographic“ veröffentlicht wurde. Toll ist auch die Longform-Fotostory „Something is happening to Norway. Slowly, almost imperceptibly“ – zugänglich und eindringlich macht sie auf die Folgen den Klimawandels aufmerksam. Die Story ging in Norwegen viral.

Generell würde ich mir eine positivere, lösungsorientierte Berichterstattung wünschen: Mehr über die Helden des Alltags, die einen Unterschied machen, Leute, die inspirieren und Mut machen und an denen wir uns orientieren können. Ein gutes Beispiel ist der Dokumentarfilm „Tomorrow“, in dem der französische Aktivist Cyril Dion und die Schauspielerin Mélanie Laurent nach Lösungen suchen, um den Klimaschutz in den kommenden Jahren besser voranzutreiben.

Zeigen deutsche Magazine und Tageszeitungen zu selten emotionale Bilder? Oder ist es vielleicht sogar gut, dass sie das machen, weil man ihnen ansonsten vorwerfen könnte, sie würden mit Fotografien manipulieren?

Es gibt Leute, die gerne genau das sehen möchten, was passiert ist, aber dadurch, dass es in der Regel durch die Nachrichtensender, die Online-Medien und die sozialen Netzwerke unmittelbar unzählige Bilder vom Ort eines Geschehens und eines Ereignisses gibt, wünsche ich mir in den gedruckten Medien vor allem einen Mehrwert und nicht nochmal das, was ich vorher schon zigmal gesehen habe. Bilder sollten nicht langweilen. Sie können auch Fragen stellen und müssen nicht immer alles beantworten. Sie sollen Kontext liefern und neugierig machen. Das Bild sollte den Betrachter auf irgendeiner Ebene ansprechen – ob emotional, inhaltlich, formal oder konzeptionell.

In deinen Bildredaktions-Klassen gibt es häufig deutlich mehr Frauen als Männer. Spiegelt das auch die Arbeitswirklichkeit in den Redaktionen wider und falls ja: Führt das zu einer einseitigen oder tendenziellen Fotoauswahl?

Dafür, dass den Beruf mehr Frauen ausüben als Männer, sind verhältnismäßig viele Männer Bildchefs, ein Phänomen, das wir auch aus anderen Bereichen kennen. Deine Frage impliziert, dass es einen männlichen und einen weiblichen Blick gibt. Den gibt es

sicherlich, ich denke aber, dass es vor allem einen professionellen Blick gibt, unabhängig vom Geschlecht.

Ich frage, weil eine Untersuchung des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV) Hamburg und des Datenteams vom „Spiegel“ ergeben hat, dass die Titelseiten-Fotos deutscher Magazine noch immer überwiegend von Männern fotografiert werden, obwohl es weder einen Mangel an Fotografinnen noch an Bildredakteurinnen zu geben scheint.

Ich kenne diese Studie und es gibt in der Fotografie – wie auch in der Gesellschaft insgesamt – immer noch keine Gleichberechtigung. Es bleibt viel zu tun – keine Frage. Zur Untersuchung des DJV: Die haben die Bildcredits ausgewertet. Man muss aber wissen, dass nicht alle Coverbilder beauftragt werden, manche sind „beschafft“ und bei der Suche in den Bildagenturen guckt man nach den richtigen Motiven und nicht, wer das Bild gemacht hat.

Kann ich daraus schließen, dass Männer häufiger „das richtige Motiv“ schießen? Oder dass einfach zu wenig Frauen für Bildagenturen fotografieren?

Da kann ich nur mutmaßen. Vielleicht machen Fotografen im Vergleich zu ihren Kolleginnen mehr Postproduktion und qualifizieren ihre Motive somit eher für ein Cover. Vielleicht vermarkten sich Männer auch besser als Frauen. Toll wäre es, wenn der DJV und der „Spiegel“ weitere Untersuchungen machen, um der Sache auf den Grund zu gehen und herauszufinden, warum nicht mehr Cover-Motive von Frauen sind. An einem Mangel an exzellenten Fotografinnen liegt es auf jeden Fall nicht.

Wichtig ist, dass es in den letzten Jahren ein immer stärker werdendes Bewusstsein und eine größere Sensibilität für Themen rund um die soziale und kulturelle Herkunft, Geschlecht, Sprache, Religion und Hautfarbe gibt und dass versucht wird, hier diverser auszuwählen und zu publizieren. Dabei helfen Diskussionen, die geführt werden, Studien wie die eben genannte und Websites wie „Moin und Salam“ des Fotografen und AIWG (Akademie für Islam in Wissenschaft und Gesellschaft)-Praxisfellow Julius Matuschik, der sich mit einer ausgewogeneren Berichterstattung über den Islam in Deutschland beschäftigt.

Die Klasse Bildredaktion der Ostkreuzschule

Die Ostkreuzschule für Fotografie (OKS) mit Sitz in Berlin-Weißensee ist eine von nur wenigen Institutionen in Deutschland, die Bildredakteur*innen und Bildredakteure ausbildet. Der zweisemestrige Studiengang beinhaltet insgesamt 60 Unterrichtstage. Die etwa ein Dutzend Studentinnen und Studenten erlernen die Recherche von Bildern, das Editieren von Geschichten und diskutieren über aktuelle Tendenzen und Ereignisse im Fotojournalismus, besuchen aber auch Redaktionen, Agenturen, Galerien und Verlage. Fotogeschichte ist genauso Bestandteil des Unterrichts wie das Erstellen von Fotobüchern, die redaktionelle Betreuung des OKS-eigenen Blogs und die Zusammenarbeit mit den Fotostudenten der Ostkreuzschule und der Agentur Ostkreuz. Nadja Masri leitet die Klasse seit zehn Jahren und lädt jedes Jahr zahlreiche Gastdozentinnen und Gastdozenten mit unterschiedlichen Schwerpunkten wie digitale Tools, Fotobuch, Kuratieren, Schreibwerkstatt, Medienrecht, Verslagwortung und Digital-Storytelling ein. „L. Fritz“ hat die Klasse des Jahres 2020/21 eingeladen, drei Doppelseiten – frei von irgendeiner Themen- oder Bildvorgabe durch die Redaktion – zu gestalten. Das Ergebnis finden Sie auf den folgenden Seiten. (dz)

ostkreuzschule.de