

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung in die Bilderwelt	1
1.1	Unglaublich glaubwürdige Bilder	1
1.2	Die Macht der Bilder: wie 9/11 die Bilderwelt veränderte	3
1.3	Unglaubliche Bilder	5
1.4	Bilder aus der Blackbox	7
1.5	Eine kleine Kulturgeschichte der (Nachrichten-)Bilder	8
1.5.1	Bilder als Quelle der Glaubwürdigkeit	9
1.5.2	Das Unbehagen mit den Bildern	10
1.5.3	Zwischen Bild und Wirklichkeit	12
1.5.4	Authentisch und doch nicht die ganze Wahrheit?	13
1.5.5	Nachrichten einen Rahmen geben	15
2	Die Erzeuger und Verteiler der Bilder	19
2.1	Die Bildnachrichtenagenturen	19
2.1.1	Die Zentralen der Bildnachrichtenagenturen	21
2.1.2	Breaking News ist zentral	23
2.1.3	Wachsender wirtschaftlicher Druck	26
2.1.4	Maßnahmen zur Kostenminimierung	29
2.1.5	Der Druck, Geld verdienen zu müssen, bestimmt die Bilder	32
2.1.6	Immer wieder dieselben Geschichten	32
2.2	Der EBU-Nachrichtenfilm-Austausch	34
2.2.1	Eurovision News Exchange	35
2.2.2	Geschichte der European Broadcasting Union	37
2.2.3	Die Logik des Nachrichtenaustausche	38
2.2.4	Gegenentwurf zum Modell der Agenturen	40
2.2.5	Vom Satelliten zum File Transfer	41
2.3	Zu große Staatsnähe behindert den Bilderaustausch	43

3	Die Bilder der Korrespondent:innen und Reporter:innen	47
3.1	Die Auslandskorrespondent:innen	48
3.2	Struktur der Korrespondenten-Arbeit	48
3.3	Die Doppelrolle der Korrespondent:innen	50
3.4	Stringer	51
3.5	Agenturmaterial bestimmt den Bilderalltag	52
3.6	Pool-Material	53
3.7	Institutionen stellen Nachrichtenbilder selbst her	55
3.8	Staatsagenturen: Ruptly, CCTV	56
3.9	Komplexe Berichterstattung: planbare Ereignisse dominieren	58
3.10	Fazit: Korrespondent:innen	58
4	UGC: Die Bilder aus dem Netz und ihre Authentizität	61
4.1	Digitale Plattformen als Bildquellen	62
4.2	Der Verifikationsprozess	63
4.2.1	Redaktionelle Verifikation	63
4.2.2	Verifikation der Quelle	66
4.2.3	Verifikation mit Hilfe von Expertise	67
4.2.4	Technische Verifikation	68
4.3	Die Grenzen der Verifikation	72
5	Die redaktionelle Arbeit mit den Bildern	75
5.1	Vom knappen Gut zum redaktionellen Umgang mit der Bilderflut	75
5.2	Aufgabe der Redaktion: Die Koordination der Bilderflut	78
5.3	Die drei Limitationen der Redaktion	80
5.3.1	Die Eingangsstufe: Verfügbarkeit und Authentizität	82
5.3.2	Die Durchgangsstufe: Relevanz und Bedeutung	88
5.3.3	Die Ausgangsstufe: Form & Wirkung	101
5.4	Fazit: Der dreifache Bilder-Check	108
6	Die Macht der Bilder	111
6.1	Visual Framing	112
6.2	Emotionale Bilder	113
6.3	Inszenierte Bilder	115
6.4	Bilder vom Krieg	118
6.4.1	Der aseptische Krieg	118
6.4.2	Zweifelhafte Bilder vom Krieg	119

6.5	Die Klimakrise in den Bildern.	121
6.6	Hinter den Nachrichtenbildern	123
6.7	Mediale Kompetenz und Demokratie	125
Glossar		127
Literatur.		133