

martin.lehmann@reformiert.info

Workshop: «Wann ist ein Bild ein gutes Bild?»

1.) Zwei Vorbemerkungen:

- Fotografie ist keine exakte Wissenschaft. Es gibt zwar objektive Kriterien zur Beurteilung eines Fotos (Bildgestaltung, Schärfenbereich, Kontraste etc.) – aber selbst die taugen nicht immer (vgl. Worldpressphoto 2008: ein unterbelichtetes Bild aus einem Schützengraben mit dem verschwommenen Profil eines amerikanischen GI). Vieles ist subjektive Beurteilung. Sonst sähen unsere Zeitungen jeden Tag gleich aus. Hätte eine anders zusammengesetzte Jury die eingereichten Bilder bewertet, wären – vermutlich – andere ausgezeichnet worden.
- Der Fotoapparat ist vom Berufswerkzeug von Spezialisten über das Hobbyinstrument von interessierten Laien zum Alltagsaccessoir geworden. Jedes Handy hat inzwischen einen Fotoapparat mit 4 Mio. Pixeln integriert, die Fotoindustrie suggeriert uns, das Fotografieren sei dank Digitaltechnik kinderleicht geworden. Ich aber behaupte: Die Bilder – jene in den Zeitungen und jene in den Fotoalben – sind mit der Digitalfotografie keineswegs besser geworden. Das Motto von Sony («Don't think – shoot») ist ein bisschen zum Leitsatz geworden – dabei hat Fotografieren viel mit Nachdenken zu tun.

2.) Als wären wir die Jury...

10 Minuten Zeit, aus den 48 eingegangenen Wettbewerbsarbeiten das beste Bild herauszusuchen. Und vor allem: allen anderen anschliessend zu erklären, warum Sie gerade dieses Bild ausgewählt haben und warum dieses Bild ein gutes Bild ist. Der Satz «dieses Bild hat mich angesprochen» reicht mir nicht – ich will wissen, warum.

3.) Wann ist ein Bild ein gutes Bild?

Eine kleine Spontanumfrage bei vier Fotografinnen:

«Ein Bild ist dann gut, wenn es nicht einfach nur abbildet, sondern etwas in mir auslöst, in mir nachklingt, mich auch bei wiederholtem Betrachten berührt, freut, irritiert. Ein gutes Bild ist ein beseeltes Bild.» Christine Bärlocher, Fotografin, Zürich

«Ein Bild ist dann gut, wenn ich es noch eine Woche, nachdem ich es gesehen habe, beschreiben kann.» Gian Vaitl, Fotograf, Zürich

«Ein gutes Bild ist ein Bild, das verschiedene Sinne anspricht: nicht nur den Bauch, sondern auch den Kopf. Ein gutes Bild ist ein überraschendes Bild, eines, das auch auf den zweiten Blick noch etwas hergibt – zum Beispiel Witz oder Hintersinn. Und: Ein gutes Bild ist immer ein gestaltetes Bild.» Hansueli Trachsel, Fotograf, Bern

«Ein gutes Bild erzählt eine Geschichte – und bringt sie auf den Punkt.» Yoshiko Kusano, Fotografin, Bern

4.) Wann ist ein Bild ein gutes Bild?

«Ein gutes Bild fällt auf, sticht hervor, macht stutzig ... ein gutes Bild ist ein überraschendes Bild.» Martin Lehmann, Redaktor, Bern

Der Überraschungseffekt als – mein! – Hauptkriterium: Nicht nur, weil wir in einer von Bildern überfluteten Welt leben – das war schon zu Zeiten von Paus Senn so.
Binsenwahrheit: Wir steigen immer und überall übers Bild und nicht über den Text ein.
Bezeichnend, dass der Text, der zuerst gelesen wird in einer Zeitung, die Bildlegende ist.
Das müssen sich ZeitungsredaktorInnen und GemeindeseitengestalterInnen immer wieder vergegenwärtigen.

5.) Wann ist ein Bild ein überraschendes Bild?

• **Wenn das Sujet überrascht:**
Der Inhalt ist unerwartet

• **Wenn die Bildgestaltung überrascht:**
Format/Bildschnitt, Perspektive, Fokus, Kontext, Schärfenbereich, Strukturen, Linien, Bewegungen sind unerwartet

• **Wenn das Farb- und Lichtspiel überrascht:**
Farbigkeit, Kontraste, Lichtführung sind unerwartet

Vorerst zum wichtigsten Überraschungsmoment – zum Sujet:

Warum fotografieren zwei von drei WettbewerbsteilnehmerInnen, wenn sie das Thema Kirche fotografisch umsetzen sollen

den Kirchturm, das Kreuz, den Pfarrer oder eine Nonne?

Grosse Ernüchterung bei der Jury – einerseits aus fotografischer Hinsicht: Kirchtürme sind langweilig, Ikonen und Kreuze auch, Priester allenfalls etwas weniger. Ernüchterung aber vor allem aus ekklesiologischer Hinsicht: Wie verstehen wir Kirche? Ist Kirche nicht mehr als das Gebäude, das Symbol, das Bodenpersonal?

Ein Kirchturm, ein Kreuz, ein Priester ist nicht überraschend und erzählt nur selten eine Geschichte. Zudem ist es Ausdruck von Faulheit und Unoriginalität...

Das fällt auch bei den Gemeindeseiten, bei kirchlichen Prospekten, bei Webauftritten: Kirchturm und Kreuz und Pfarrer.

Ein Kirchturm taugt als Logo, als Wiedererkennungseffekt, als Verortung: Aha, meine Kirche. Aber sonst zu gar nichts.

Kirche – das sind doch vor allem Menschen (und übrigens mitnichten nur die, die zPredig oder in die Messe gehen)

Überraschende Bilder können auch inszeniert Bilder sein:

Warum nicht der Pfarrer auf seinem Töff, die Sigristin beim Eislaufen, die Kirchgemeinderatspräsidentin in der Kletterhalle oder der Verwalter hinter seiner Modelleisenbahn?

Fazit:

Frecher sein bei kirchlichen Publikationen. Weniger Sonnenblumen und Eisenbahnweichen, mehr Leben statt Stilleben, mehr Graffitis statt gefaltete Hände, mehr Menschen statt Gebäude, mehr Alltag statt Feierlichkeit.

Es braucht Zeit und Gedankenarbeit, das gute Bild(sujet) zu bekommen: für den Fotografen, es zu machen; für die Bildredaktorin, es zu suchen.

Sage dies als Vertreter der schreibenden Zunft: Eigentlich müsste immer zuerst das Bild sein, dann der Text – meist heisst aber, wenn schon fast alles klar ist: Oh, da brauchen wir wohl noch ein Bild...

6.) Was auch überraschen kann

Das Sujet ist das wichtigste: wenn der Bildinhalt überrascht, ist das Bild schon viel wert.

Überraschen kann aber auch:

- das Format, der Bildschnitt: Warum immer quer? Warum immer 3:2 oder 4:3 – und nicht ganz hoch oder ganz quer? Mit einem gewagten Bildschnitt kann ein schlechtes Bild zu einem ganz passablen gerettet werden.
- die Perspektive: Warum immer ab 1.70 Meter und frontal? Warum nicht einmal von unten, von oben, von der Seite. Hinweis auf die alten Kameras, in die man von oben hineinschaute, was auch die Perspektive veränderte.
- Der Fokus: Warum immer der ganze Mensch und nicht nur der Kopf? Warum immer der ganze Kopf und nicht nur das Auge? Warum – wenns denn sein muss – immer die ganze Kirche und nicht nur die Türhalle?
- die Schärfe/Unschärfe (hervorgerufen durch Bewegung, Dunkelheit, Verwackelung, Tiefenschärfenbereich): Es muss nicht immer alles scharf sein! Es darf nicht immer alles scharf sein. Spielen mit der Blende (Porträts mit offener Blende/unscharfem Hintergrund). Plädoyer gegen Handycams und Kompaktdigiknipsen (die kein Spiel mit dem Tiefenschärfenbereich zulassen – und für die analoge Spiegelreflexkamera
- das Licht, die Farben, die Kontraste: Warum muss immer alles hell und farbig sein? Wie ein Fotoapparat das Licht berechnet: Mittelgrauwert. Dunkel wird mittelhell, Hell wird auch mittelhell. Plädoyer für s/w-Bilder, die ein Kunstprodukt sind und viel mehr Interpretationsspielraum offen lassen.
- die Bildgeometrie: Warum immer alles in der Mitte? – der Kopf, der Horizont, die Blumenvase (statt im Goldenen Schnitt)? Wo ist das Spiel mit den Linien, das einen reinzieht und dem Bild eine Dynamik gibt? (A und O der Bildgestaltung – aber wir machen hier keinen Fotokurs – vgl. Raster in Digicams)
- die Bildkombination: 2 Bilder sagen mehr als 1, Aussagen via Bildkombinationen

7.) Sich schulen

Schauen Sie Bilder an. Blättern Sie Zeitungen durch. Bewerten Sie die Bilder, die Sie sehen: Warum sind sie gut? Warum sprechen sie einen an – oder eben nicht?

Und nehmen Sie sich Zeit, bei der Gestaltung Ihrer Gemeindeseite, Ihres Webauftritts, Ihres Flyers das richtige, gute, passende Bild zu suchen. Geben Sie sich nicht mit dem erstbesten zufrieden.

Wenn Sie von einem Bild das Gefühl, Sie hätten es schon tausendmal gesehen – dann suchen Sie ein anderes.