



universität
wien

Magisterarbeit

Titel der Magisterarbeit

The Beauty of Violence

Über die Faszination grausamer Pressefotos im
Zusammenhang mit Sensation Seeking.

Verfasserin

Anna Meißlitzer Bakk.phil.

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienbuchblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienbuchblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer/in:

Univ.-Prof. Dr. Peter Vitouch

Für meine Eltern Elisabeth und Kurt

INHALTSVERZEICHNIS

| | | |
|---|--|----|
| 1 | VORWORT | 1 |
| 2 | EINLEITUNG | 3 |
| 3 | FORSCHUNGSGEGENSTAND | 5 |
| | 2.1 Erkenntnisinteresse und Ziele der Arbeit | 5 |
| | 2.2 Methodik der Arbeit..... | 5 |
| 4 | BEGRIFFSBESTIMMUNG | 6 |
| | 4.1 Ethik in der Bildberichterstattung | 6 |
| | 4.2 Ästhetik..... | 8 |
| | 4.2.1 Ästhetiktheorie nach Berlyne | 8 |
| | 4.3 Fotojournalismus | 9 |
| 5 | FASZINATION GEWALT..... | 11 |
| | 5.1 Schaulust..... | 11 |
| | 5.2 Gewalt & Ästhetik | 13 |
| 6 | GEWALT IN DEN MEDIEN..... | 15 |
| | 6.1 Reale vs. fiktionale Mediengewalt | 15 |
| | 6.2 Saubere vs. Schmutzige Mediengewalt..... | 16 |
| | 6.3 Nutzungsmotive von Mediengewalt..... | 16 |
| | 6.3.1 Sensation Seeking..... | 16 |
| | 6.3.2 Angstlust | 18 |
| | 6.4 Theorieansätze zur Wirkung von Mediengewalt..... | 19 |
| | 6.4.1 Katharsisthese | 19 |
| | 6.4.2 Stimulationsthese..... | 19 |
| | 6.4.3 Modelllernen/Imitationsthese | 20 |
| | 6.4.4 Kognitiv-physiologischer Ansatz | 20 |
| | 6.4.5 Habituationsthese | 21 |
| | 6.4.6 Inhibitionsthese/Umkkehrthese..... | 21 |
| | 6.4.7 These der Wirkungslosigkeit | 21 |

| | |
|--|----|
| 7. PSYCHOLOGIE & FOTOGRAFIE..... | 22 |
| 7.1 Fotos in den Medien | 22 |
| 7.2 Fotopsychologie | 25 |
| 7.2.1 Psychologische Besonderheiten der Fotografie | 26 |
| 7.2.2 Das Schrecken am anderen Ende der Welt | 27 |
| 8 WORLD PRESS PHOTO AWARD | 29 |
| 8.1 Gewinnerkategorien | 30 |
| 9 BILDWAHRNEHMUNG & BILDREZEPTION | 31 |
| 10 FORSCHUNGSINTERESSE | 33 |
| 10.1 Forschungsfragen und -hypothesen | 33 |
| 11 METHODISCHE VORGEHENSWEISE..... | 36 |
| 11.1 Quantitative Sozialforschung..... | 36 |
| 11.1.1 Schriftliche Befragung - Fragebogen | 37 |
| 11.1.1.1 Vorteile des Online-Fragebogens | 37 |
| 11.1.1.2 Nachteile des Online-Fragebogens | 37 |
| 11.1.1.3 Durchführung..... | 38 |
| 12 STICHPROBENBESCHREIBUNG | 39 |
| 13 AUSWERTUNG DER DATEN | 43 |
| 13.1 Ethische Grenzen der Darstellung | 43 |
| 13.2 Schaulust | 45 |
| 13.3 Sensation Seeking | 46 |
| 13.4 Bewertung der Bilder | 46 |
| 13.4.1 Uninteressant vs. interessant | 46 |
| 13.4.2 Nicht grausam vs. grausam..... | 47 |
| 13.4.3 Ranking der Fotos..... | 51 |
| 14 AUSWERTUNG DER HYPOTHESEN | 53 |

| | |
|---|-----|
| 15 ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE..... | 75 |
| 16 FAZIT UND AUSBLICK..... | 79 |
| 17 QUELLENVERZEICHNIS | 81 |
| 17.1 Literaturquellen | 81 |
| 17.2 Internetquellen | 82 |
| 18 ABBILDUNGSVERZEICHNIS..... | 85 |
| 18.1 Abbildungen | 85 |
| 18.2 Tabellen..... | 86 |
| 18.3 Fotos..... | 88 |
| 19 ANHANG..... | 89 |
| 19.1 Curriculum Vitae | 89 |
| 19.2 Abstract..... | 90 |
| 19.3 Fragebogen | 91 |
| 19.4 Beilage: CD mit Datensatz und Outputs (SPSS) | 100 |

Es wird darauf hingewiesen, dass im Sinne einer leichteren Lesbarkeit der Arbeit auf die explizite geschlechtsneutrale Schreibweise verzichtet wird. Stellvertretend für beide Geschlechter wird die jeweils kürzere Formulierung angewendet

1 VORWORT

Konrad Lorenz bezeichnete den Menschen einst als Augentier. Sehen ist für uns selbstverständlich und markiert sprichwörtlich den Anfang unseres Lebens, wenn wir das Licht der Welt erblicken und unser Ende, wenn wir die Augen für immer schließen. Wir verlassen uns auf unser Sehen, denn es leitet uns durch das Leben und erlaubt uns, eine enorme Fülle an Informationen aufzunehmen. Zwei Drittel aller Eindrücke die wir wahrnehmen und speichern sind visueller Natur, wir sehen, wir denken bildhaft und wir stellen uns Dinge vor.

Bilder spielen eine große Rolle in unserem Leben, heute möglicherweise mehr als je zuvor. Das führt auch dazu, dass dem Einzelnen eine hohe Kompetenz im Umgang mit Bildern abverlangt wird. Wir müssen lernen, nicht alles zu glauben was wir sehen, aber auch Gesehenes richtig zu verarbeiten. Wenn man aufhört visuelle Eindrücke und vor allem Fotos in Frage zu stellen, wird man blind für die Details und die Geschichten die hinter den Bildern stecken.

Für mich ist die Fotografie ein faszinierendes Medium, welches und erlaubt Dinge, die uns ansonsten verborgen geblieben wären, zu sehen und zu erleben. Dies führt unweigerlich dazu, dass der Mensch mit Eindrücken konfrontiert wird, die er nur schwer ertragen kann.

Das Bedürfnis des Menschen Ereignisse in Bildern festzuhalten existiert seit jeher. Es findet seinen Ursprung in den Höhlenmalereien und mündet heute in der digitalen Fotografie. Wir leben in einer visuellen Welt, in der wir vor allem das glauben, was wir sehen. Doch es stellt sich die Frage, ob man wirklich alles sehen muss, um es zu glauben. Hinrichtungen, Misshandlungen und verhungerte Kinder sind Teil unserer Realität mit der wir tagtäglich schonungslos konfrontiert werden, es scheint als würden ständig Grenzen überschritten werden, doch wer definiert diese Grenzen? Haben wir ein Recht auf Wahrheit, oder sollte ein Dritter über die Veröffentlichung bestimmter Bilder entscheiden? Was ist informativ und ab wann wird ein Foto unzumutbar?

Meist verbinden wir mit Fotos angenehme Erinnerungen oder bewundern ihre Schönheit, doch die Fotografie hat auch eine andere Seite. Wenn tausende Pressefotografen auf der ganzen Welt im Einsatz sind um Unrecht und Leid zu dokumentieren, gibt es natürlich unzählige Bilder als Beweis für ihre Arbeit. Diese Bilder gelangen in die Medien und werden somit Teil unserer Kultur.

Die Fotografie ermöglicht es uns, an weltpolitischen Geschehnissen teilzunehmen und hält diese gleichzeitig für die Nachwelt fest. Damit wird sie zu einem wichtigen und mächtigen Instrument.

»Unsere Augen ergötzen sich an der zarten Schönheit der Blumen und an dem Lächeln eines Kindes. Doch unsere Augen wollen auch den Schauder der Schöpfung sehen, den Biss der Schlange, die Grimasse der Ängste und Schmerzen.«
(Ephraim Lessing † 1781)

2 EINLEITUNG

Gewalt in den Medien ist ein kontrovers diskutiertes und häufig erforschtes Thema in der Kommunikationswissenschaft. Im Folgenden soll ein Überblick über das Thema der gewalthaltigen Fotokommunikation und ihrer Wirkung auf Rezipienten gegeben werden.

Eine zentrale Fragestellung dieser Arbeit ist, wie sich das Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking (siehe Kap. 6.3.1) auf die Bewertung grausamer Pressefotos auswirkt, um etwaige Zusammenhänge zwischen dem Ausprägungsgrad dieses Persönlichkeitsmerkmals und der individuellen Wahrnehmung grausamer Pressefotos zu eruieren.

Nach der Vorstellung des Forschungsgegenstandes, wird in Kapitel 4 auf die themenrelevanten Begriffsbestimmungen eingegangen, um häufig verwendete Begriffe wie Ethik, Ästhetik oder Fotojournalismus näher zu erklären.

Die anschließenden Kapitel 5 und 6 widmen sich dem Gewaltthema. Hier wird unter anderem auf die Faszination von Gewalt im Allgemeinen, sowie auf die Nutzungsmotive und die Wirkung von medialer Gewalt eingegangen.

Ein weiteres Kapitel geht auf den psychologischen Aspekt der Fotowahrnehmung ein. Hier wird der Bereich der Fotopsychologie näher erläutert um die psychologischen Besonderheiten der Fotografie aufzuzeigen.

Des Weiteren wird der World Press Photo Award näher beschrieben. Für die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführte Fragebogenerhebung wurden World Press Photos zur Bewertung herangezogen. Dieses Kapitel soll einen Überblick über diesen wichtigen Preis für Pressefotografie geben.

Die zweite Hälfte der Arbeit widmet sich der empirischen Untersuchung. Hier werden zunächst die Forschungshypothesen dargestellt und im Anschluss die Ergebnisse der Untersuchung detailliert beschrieben.

I THEORETISCHER TEIL

3 FORSCHUNGSGEGENSTAND

Im Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit soll der Frage nachgegangen werden, warum Gewalt und ihre visuelle Darstellung eine so große Anziehungskraft auf die Menschen ausübt und wie diese unter der Berücksichtigung psychologischer Faktoren zu bewerten ist.

Mit Hilfe einer rezipientenorientierten Untersuchung, wird sowohl auf die ethische Perspektive, als auch auf die Bewertung grausamer Pressefotos eingegangen. Das Spannungsverhältnis zwischen morbider Schönheit und erschreckender Grausamkeit ist hier ein zentrales Thema. Kann etwas gleichzeitig als abstoßend und ästhetisch empfunden werden?

Die Frage nach der Wirkung von Gewaltdarstellungen auf die Rezipienten ist eine der zentralen Fragen in der Kommunikationswissenschaft. Durch die immer stärker werdende Präsenz von grausamen Bildern in den Medien, stellen ihre Wirkung und Rezeption einen wichtigen Forschungsbereich dar.

2.1 Erkenntnisinteresse und Ziele der Arbeit

Ein zentrales Ziel dieser Arbeit ist es neue Zusammenhänge zwischen dem Ausprägungsgrad von Sensation Seeking und der Bewertung grausamer Pressefotos aufzuzeigen.

Darüber hinaus soll auch der Einfluss von Variablen, wie Geschlecht oder Fotografieinteresse, auf die Wahrnehmung gewalthaltiger Bilder untersucht werden, um auch hier Unterschiede in der Bewertung zu erkennen.

Das Erkenntnisinteresse schließt des Weiteren die Untersuchung unterschiedlicher Bildinhalte ein. Hier geht es darum festzustellen, ob die Abbildung von Personen unterschiedlichen Geschlechts und Alters, sowie die Darstellung von Blut, Auswirkungen auf die Bewertung grausamer Pressefotos haben.

2.2 Methodik der Arbeit

Eine ausführliche Literaturrecherche bildet die Grundlage für diese Arbeit. Im Anschluss wurde eine Fragebogenerhebung mittels Onlinebefragung durchgeführt und mit dem Statistikprogramm SPSS ausgewertet.

4 BEGRIFFSBESTIMMUNG

Im folgenden Kapitel sollen zentrale Begriffe dieser Arbeit näher erläutert werden, um ein besseres Verständnis für die Entwicklung und Verwendung häufig verwendeter Begriffe wie Ethik, Ästhetik und Fotojournalismus zu schaffen.

Gerade die Frage nach der ethischen Vertretbarkeit spielt bei der Publikation grausamer Pressefotos immer wieder eine große Rolle. Im Folgenden soll die Ethik im Bereich der Bildberichterstattung näher erläutert werden.

4.1 Ethik in der Bildberichterstattung

Während sich die Medienethik mit grundlegenden ethischen Problemen des medialen Alltags beschäftigt, beleuchtet die Bildethik konkrete bildspezifische Besonderheiten. Vor allem die ethische Vertretbarkeit gezeigter Inhalte sowie die Verletzung der Menschenwürde stehen im Vordergrund des Diskurses.

Bilder, die auf schockierende Weise Leid, Schmerz und Demütigungen vor Augen führen, informieren über die Verletzung der Menschenwürde an den verschiedensten Orten der Welt. Doch genau durch diese öffentliche Abbildung findet oft die nächste Verletzung der menschlichen Würde statt.

Wenn man nach Ethik im Bildjournalismus fragt, ist dies für die Meisten ein sehr undurchsichtiges Gebiet. In der Unzahl an philosophischen und wissenschaftlichen Definitionen herrscht einzig und allein darüber Einigkeit, dass wenn es um Ethik geht, keine allgemeingültigen Aussagen getroffen werden können. Es gibt keine generellen ethischen Kriterien, die in bestimmten Situationen und bei bestimmten Sachverhalten zutreffen oder nicht.

Eine mögliche Erklärung für diese Tatsache ist, dass ethische Normen zugleich gesellschaftliche Normen sind und somit eng an Emotionen und persönliches Empfinden geknüpft sind. Susan Sontag fasste diese Problematik wie folgt zusammen: „Was gezeigt werden kann und was nicht gezeigt werden darf – es gibt wenige Fragen, die in der Öffentlichkeit heftiger umstritten sind als diese.“¹

In der journalistischen Bildpraxis gibt es zwei relevante Aspekte die zu berücksichtigen sind. Erstens, die Achtung des abgebildeten Individuums. Hier geht es um die Frage, ob die Publikation eines Bildes in den Massenmedien zur Verletzung eines Persönlichkeitsrechts führt.

¹ Sontag 2010, 82

Zweitens, die Perspektive der Bildrezipienten, bei der es darum geht ob die Publikation des Bildes einen relevanten Beitrag zum öffentlichen Wissen und zum sozialen Gedächtnis der Gesellschaft leistet.²

Um dem Informationsauftrag nachzukommen muss der Bildjournalismus die Gesellschaft mit der Realität konfrontieren, unabhängig davon, welche Empfindungen diese auslöst.

Gerade Bilder von Leid, Krieg und Unglück können verstörend sein, stellen aber gleichzeitig Referenzpunkte von Wissen und Erinnerung dar.³

Neben der inhaltlichen Ebene der Bilder, sind auch das Umfeld und die verantwortlichen Personen zu berücksichtigen. Oft wird die Verantwortung, der Wahrung der ethischen Grundsätze, allein dem Fotografen zugesprochen. Doch um dieser komplexen Thematik gerecht zu werden, muss auch das Umfeld miteinbezogen werden, nämlich die Auftraggeber und die Rezipienten.

Die Arbeit im Bildjournalismus ist schwierig und bringt viel Verantwortung mit sich. Nur Bildjournalisten, die sich sowohl die allgemeinen als auch ihre eigenen ethischen Grundsätze ständig vor Augen halten und danach handeln, liefern qualitativ hochwertige Informationen und Bilder. Um ethischen Standards zu entsprechen, sollten Fotos zumindest drei Anforderungen gerecht werden. Sie sollten unabhängig und kritisch sein, aufdecken ohne zu entblößen und Beweise liefern.⁴ Grundsätzlich gilt, dass nicht der Sensationsgehalt und die Schockwirkung, sondern der Informationsgehalt und Empathiewert im Vordergrund stehen sollten, um eine Publikation zu rechtfertigen.

Neben der ethischen Verantwortung der Medien leisten auch die Rezipienten einen wichtigen Beitrag zur fortschreitenden Enttabuisierung der visuellen Darstellung. Es handelt sich somit um eine geteilte Verantwortung der Einhaltung ethischer Grundsätze. Die sogenannte Rezipientenethik beschreibt dabei die Mitverantwortung der Rezipienten an den Inhalten bzw. Bildern in den Medien.

Die Wahrung der Medien ist Aufmerksamkeit und um diese zu gewinnen, müssen oft drastische Maßnahmen ergriffen werden. Die Rezipienten wollen zugleich informiert und unterhalten werden. Diesem Anspruch können nur wenige Bilder gerecht werden und so drängen immer spektakulärere und dramatischere Fotos in die Öffentlichkeit.

² vgl. Leifert 2007, S. 269

³ vgl. Leifert 2007, S. 269

⁴ vgl. Madlberger 2003, S. 28

4.2 Ästhetik

Der Begriff der Ästhetik wird mit der Pressefotografie nicht ganz so häufig in Verbindung gebracht wie die Ethik. Meist wird der ästhetische Aspekt der Kriegs- oder Katastrophenberichterstattung nicht ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt. Jedoch hat die visuell-ästhetische Komponente einen großen Einfluss darauf, welchen Bildern Rezipienten besonders viel Aufmerksamkeit schenken und sollte deshalb nicht außer Acht gelassen werden.

Im antiken Griechenland wurde der Begriff Ästhetik, als die Lehre der Gesetze des Schönen definiert. Sie beschäftigt sich mit der Fähigkeit des Menschen, das Schöne zu erkennen, zu gestalten und zu genießen. Bereits damals gab es Überlegungen von Aristoteles in der antiken Theatertheorie, dass Kunst nicht nur dann auf den Menschen wirke, wenn sie schön ist, sondern vor allem wenn sie die Gefühle der Menschen anspricht.⁵

4.2.1 Ästhetiktheorie nach Berlyne

Berlyne geht davon aus, dass das ästhetische Urteil auf einem Aktivierungsniveau der Wahrnehmung beruht, dass durch bestimmte Reizeigenschaften wie Komplexität, Neuheit, Mehrdeutigkeit, Unbekanntheit, u.a. beeinflusst wird.⁶

Von besonderer Bedeutung ist hier der Faktor der Komplexität, da es sich bei der Beziehung zwischen Wahrnehmung und Komplexität um eine umgekehrt U-förmige Beziehung handelt. „Die Aktivierung des Rezipienten nimmt mit zunehmender Komplexität bis zu einem bestimmten Grad zu, wo sie das Optimum erreicht. Ab diesem Punkt nehmen mit zunehmender Komplexität die Wahrnehmung und Aktivierung ab, da der kognitive Aufwand zu groß wäre.“⁷ Der Erregungszustand wird somit zunächst als angenehm empfunden. Nach dem Überschreiten des Optimums wird der Reiz jedoch als immer weniger positiv und schließlich als negativ empfunden, der hedonistische Wert sinkt ab.⁸

Bereits 1874 ging Wilhelm Wundt davon aus, dass Reize mittlerer Komplexität vom Betrachter als am angenehmsten empfunden werden. Niedrige Komplexität wird hingegen als langweilig wahrgenommen und hohe Komplexität führt zu Überforderung. Die Wundt-Kurve stellt eine umgekehrt U-förmige Beziehung dar, bei der Komplexität mit ästhetischem Gefallen in Verbindung gesetzt werden.⁹

⁵ vgl. Heidtmann 2003, 5

⁶ vgl. Berlyne 1974 zit. nach Behrouz 2010, 54

⁷ Berlyne 1974 zit. nach Behrouz 2010, 54

⁸ vgl. Koch 2008, 25-43

⁹ vgl. Koch 2008, 25-43

4.3 Fotojournalismus

*»Ein guter Fotojournalist durchdringt die Wirklichkeit und reproduziert sie nicht nur. Er soll mögliche Widerstände überwinden und in verschlossene Welten vordringen.«
(Ruth Eichhorn, Leiterin der Geo-Bildredaktion)*

Der Fotojournalismus ist kein abgegrenzter Teilbereich des Journalismus. Seine Besonderheit liegt in dem Medium, dessen er sich bedient, der Fotografie. Somit gelten die Arbeitsweisen, die Grundsätze und ethischen Standards des Journalismus, auch für die fotografische Berichterstattung.¹⁰

In der Literatur gibt es eine Vielzahl von Bezeichnungen um das Tätigkeitsfeld der Fotografen in der Berichterstattung zu beschreiben. Dabei werden Begriffe wie Fotojournalist, Pressefotograf, Bildjournalist und Fotoreporter meist synonym verwendet.

Fotografische Bilder sind seit den 80er Jahren des 19. Jahrhunderts fester und unverzichtbarer Bestandteil der medialen Berichterstattung. Die Fotografie wurde allerdings bereits 50 Jahre zuvor erfunden, fand aber durch die fehlenden technischen Reproduzierbarkeit von Fotos, erst später Einzug in die Printmedien.¹¹

Mit der Etablierung der fotografischen Berichterstattung in der Presse entstand auch der Beruf des Pressefotografen. Es wurden Bildagenturen gegründet, um das Bildmaterial zwischen den Fotografen und der publizierenden Presse zu vermitteln. Auch wenn sich die Fotografie zu Beginn nur langsam durchsetzte, waren die bebilderten Wochenzeitschriften bereits nach dem ersten Weltkrieg die erfolgreichsten Printmedien, mit millionenfacher Auflage.¹²

¹⁰ vgl. Röbig 2009, 22

¹¹ vgl. Marcias 1990, 5 zit. nach Röbig 2009, 26

¹² vgl. Röbig 2009, 26

5 FASZINATION GEWALT

5.1 Schaulust

»Der beliebteste Ort im Himmel ist das Schlüsselloch zur Hölle.«
(Voltaire † 1778)

Die Lust am Betrachten von Leid und Schrecken scheint ein integraler Bestandteil der menschlichen Psyche zu sein. Das Phänomen des *Nicht-Wegsehen-Könnens* ist so alt wie die menschliche Art selbst. Gesellschaftlich ist das Starren verpönt, niemand sieht sich selbst gern als Voyeur oder Gaffer, doch scheint gerade diese Komponente des Verbotenen den besonderen Reiz auszumachen.

In unserem Zeitalter der Bildmedien hat die Dimension der Schaulust eine neue Stufe erreicht. Unter anderem auch durch den globalen Informationsfluss, herrscht eine Fülle an Gelegenheiten am Leid Anderer zu partizipieren, sei es über Videos im Internet, Fernsehnachrichten oder Pressefotos.

So ist die Möglichkeit Zuschauer bei Katastrophen und Kriegen zu sein, eine gänzlich moderne Erfahrung. Es handelt sich dabei längst nicht mehr um vage Ereignisse in der Ferne. Die Schreie und der Lärm der Zerstörung schallen bis in die Wohnzimmer und bei jedem Unheil, das zu sehen ist, verspürt der Zuschauer Mitleid, Empörung, Sensationskitzel oder Zustimmung.¹³

Die Schaulust bei Unfällen rührt nicht nur von Neugier her, sondern von dem Wunsch etwas Grauensvolles zu sehen. Diese morbide Neugier scheint seit jeher in den Menschen zu schlummern und ist bei manchen stärker ausgeprägt sein als bei anderen.

Bereits Platon beschäftigte sich mit dieser makabren Anziehungskraft geschundener Körper und ging davon aus, dass in jedem ein Verlangen nach dem Anblick von Erniedrigung, Schmerz und Verstümmelung vorhanden ist.¹⁴

Gerade bei Ereignissen die nicht medial gefiltert sind, zeigt sich unsere Schaulust in ihrer pietätlosesten Form.

Unfälle und Naturkatastrophen führen oft zu einer Ansammlung von Menschen, die ohne Rücksicht auf die Verletzung der Menschenwürde, ihrer Schaulust freien Lauf lassen und dabei sogar die Einsatzkräfte bei ihrer Arbeit behindern.

¹³ vgl. Sonntag 2010, 25

¹⁴ vgl. Sonntag 2010, 113

Die meisten Menschen wissen, dass ihr Verhalten inakzeptabel ist. Doch das Gefühl des gemeinsamen Hinschauens macht ein Ereignis noch viel interessanter und zugleich wird durch das Gruppengefühl das Zuschauen erträglicher.¹⁵ Indem man sich als Teil einer Gruppe sieht, die nicht an dem Unglück beteiligt ist, wird eine Distanz aufgebaut, durch die das Beobachten einfacher wird.

Ein wesentliches Element der Schaulust ist das Wechselspiel zwischen Nähe und Distanz, Wegschauen und Hinschauen, Entzug und Konfrontation. Evolutionspsychologisch gesehen übt die Gruppe der Schaulustigen für den Ernstfall, selbst Teil einer Katastrophe zu werden.¹⁶ Dabei ist eine gewisse Distanz zum Opfer die Voraussetzung um Ordnung und Souveränität herzustellen. Schaulust kann somit auch als soziales Verhalten verstanden werden, das Distanz schafft um Nähe zu ermöglichen. Dazu darf man den Begriff der Empathie nicht auf emotionale Affekte reduzieren, sondern muss diesen etwas weiter fassen, denn dann kann eine gewisse Überlegenheit und Souveränität des Zuschauers als Bedingung für echte Anteilnahme verstanden.¹⁷

Nicht alle Menschen sind gleich fasziniert von schrecklichen Ereignissen. Die Hemmungsmechanismen funktionieren nicht bei jedem auf die gleiche Weise.

Hemmungsmechanismen setzen sich aus intrinsischen und extrinsischen Faktoren zusammen. So sind intrinsische Hemmungen abhängig vom Motiv und stark mit der Reizstärke verbunden. Das Beobachten eines Unfalls wird womöglich noch als spannend erlebt, doch sobald zu viel Blut zu sehen ist, verändert sich die Situation und der Zuschauer wendet sich ab. Wann solche intrinsischen Hemmungen aktiviert werden hängt mit extrinsischen Faktoren wie historischen und kulturellen Normen zusammen.¹⁸

Das Rezeptionsverhalten der Schaulustigen wird, neben intrinsischen und extrinsischen Faktoren, auch von der jeweiligen Wahrnehmungssituation beeinflusst, vor allem durch die Tatsache ob man sich selbst dabei in Gefahr bringt oder nicht.¹⁹

¹⁵ vgl. Grau 2008, 15

¹⁶ vgl. Grau 2008, 16

¹⁷ vgl. Grau 2008, 16

¹⁸ vgl. Grau 2008, 16

¹⁹ vgl. Grau 2008, 16

Durch die Medien wird die Schaulust fast immer in einer sicheren Umgebung befriedigt. Dadurch fällt aber auch das System des gemeinschaftlichen Beobachtens in sich zusammen und es gibt im Moment des Erlebens keine kommunikative Bewältigung des Schreckens.²⁰

5.2 Gewalt & Ästhetik

Die Darstellung von Gewalt und ihren Auswirkungen ist keineswegs ein modernes Phänomen. Sie ist integraler Bestandteil aller künstlerischen Darstellungsformen seit den Anfängen der Menschheitsgeschichte. Gewalt ist seit der Antike ein von Künstlern reflektierter, theoretisch bewusst durchdachter Aspekt künstlerischer Arbeit.²¹

Die Darstellung von Leid hat eine lange Geschichte, was uns auch die unzähligen Darstellungen der Leiden Christi, sowie die teuflischen Quälereien an christlichen Märtyrern, in Malerei und Bildhauerei zeigen.²²

Auch die klassische Antike verfügt über einen Bestand an Grausamkeiten, deren Anblick nur schwer zu ertragen ist. Die Darstellung dieser Grausamkeiten ist jedoch nicht moralisch beladen. Es geht um die Provokation und die Befriedigung, ein Bild ansehen zu können ohne zurückzuweichen. Dies kann man allerdings keineswegs mit dem Betrachten von grausamen Fotos vergleichen. Ein erfundener Schrecken kann durchaus faszinieren und überwältigen, aber beim Betrachten der Aufnahme eines realen Schreckens mischt sich neben die Faszination auch Beschämung.²³

Als Klassiker einer empirisch begründeten Ästhetik gilt die Untersuchung vom „Erhabenen und Schönen“ von Edmund Burke 1757. Er vertrat die These, dass die Wirkung von Kunst mit menschlichen Gemütsregungen einhergeht. Für ihn lässt sich die Bedeutung eines Kunstwerkes an der Intensität der Gefühle messen, die es im Rezipienten auslöst. Von den ästhetischen Kategorien des Schönen und Erhabenen, ist das Erhabene im Zusammenhang mit der Darstellung von Gewalt weitaus interessanter. Das Erhabene steht für starke Gefühle, die im Betrachter ausgelöst werden und die stärksten Emotionen werden im Menschen durch Schmerz verursacht. Für Burke stimmen die Symptome von Schmerz und Schrecken überein.²⁴

²⁰ vgl. Grau 2008, 17

²¹ vgl. Heidtmann 2003, 5

²² vgl. Sonntag 2010, 49

²³ vgl. Sonntag 2010, 50,51

²⁴ vgl. Heidtmann 2003, 5

Burke geht weiters davon aus, dass unter bestimmten Voraussetzungen Schrecken und Schmerz, als angenehm empfunden werden können. Er bezeichnet das Vergnügen, das man dabei empfindet Gewalt in gemäßigter Form zu beobachten, ohne selbst tatsächlich Schaden zu nehmen, als *Delight*, als angenehmes Entsetzen.²⁵

Die Darstellung von Schrecken, ist nach Burke, das wichtigste Grundprinzip der Kunst. Dabei wirken die Gemütsregungen der Selbsterhaltung am stärksten, aber auch sozial bedingte Emotionen wie Mitgefühl und Sympathie spielen eine Rolle.²⁶

In der Kunst können blutrünstige Schlachtszenen als schön bezeichnet werden, einem Kriegsfoto Schönheit zuzusprechen wirkt jedoch zunächst gefühllos. Und doch sind Bilder von verwüsteten Landstrichen und zerstörten Städten lediglich Darstellungen von Szenerien, in denen man, wenn auch auf etwas morbide Weise, Schönheit entdecken kann. Oft führt dieses zwiespältige Gefühl dazu, dass solche Bilder als surreal bezeichnet werden. Aber auch hinter dieser beschönigenden Umschreibung verbirgt sich nichts anderes, als die in Ungnade gefallene Idee von Schönheit.²⁷

Oft wird die Auffassung vertreten, dass Fotos die Leiden darstellen, nicht schön sein sollten. Demnach entzieht ein schönes Bild dem bedrückenden Bildgegenstand Aufmerksamkeit und lenkt sie auf das Medium selbst, wodurch der dokumentarische Wert des Bildes beeinträchtigt wird.²⁸

Bilder von grauenhaften Ereignissen wirken authentischer, wenn sie weder kunstvoll noch schön sind. Dadurch wird nicht das Gefühl der Manipulation erzeugt und die Bilder scheinen weniger darauf angelegt zu sein, billiges Mitgefühl und vorschnelle Identifikation zu erzeugen.²⁹

Jedoch stellt sich hier die Frage ob eine solche klare Trennung überhaupt möglich ist. Ein grausames Foto bewusst unästhetisch in Szene zu setzten, könnte schließlich auch zu einer Beeinträchtigung des dokumentarischen Wertes führen. Ein weiterer Punkt der hier nicht vernachlässigen werden darf, ist die Subjektivität von Schönheit. Oftmals sollen brutale Fotos beim Betrachter Entsetzen auslösen und, ob gewollt oder nicht, genau darin kann eine provozierende Schönheit liegen.

²⁵ vgl. Heidtmann 2003, 7

²⁶ vgl. Heidtmann 2003, 7

²⁷ vgl. Sontag 2010, 89

²⁸ vgl. Sontag 2010, 90

²⁹ vgl. Sontag 2010, 34

Gewalt wird immer durch drei Parteien erzeugt. Einen der sie ausübt, einen der sie erleidet und einen der sie sieht, dabei können diese Rollen auch ineinanderfließen. Gewalt zu erleiden heißt nicht unbedingt sie auch zu erleben, denn auch das Beobachten von Gewalt führt zu einer körperlichen Reaktion. Hierbei ist es oft schwierig zwischen dem Erleiden und dem Mitleiden zu unterscheiden.³⁰

Gewalt wird durch ihre Abbildung keineswegs aufgelöst, sondern ist transportabel und kann über Medien entfesselt und erlitten werden. So kann durch eine erzeugte Schockwirkung das Bild selbst zum Träger der Gewalt werden.³¹

Gewalt hat stets einen Machtaspekt und besteht in der Beschneidung der Freiheit und der Möglichkeiten eines Anderen. Das Gewaltthema eignete sich schon immer gut als ein Werkzeug der Macht, da ihm eine ganz eigene Kraft innewohnt. Bilder die gleichzeitig Schaulust und Abscheu erzeugen führen zu einer Irritation gewohnter Differenzierungen und dienen so oft der Propaganda oder der Umstrukturierung von Werten.³²

6 GEWALT IN DEN MEDIEN

Bei Mediengewalt handelt es sich um die Darstellung von Gewalt oder gewalthaltiger Inhalte in den Medien. Der vorherrschende Diskurs in der Literatur und in Studien bezieht sich auf die Darstellung von Gewalt bewegter Bilder, wie beispielsweise im Fernsehen oder in Computerspielen.

Es gibt eine Vielzahl von Differenzierungsmöglichkeiten für den Begriff der Mediengewalt. Relevant für diese Arbeit sind unter anderen folgenden Differenzierungen:

6.1 Reale vs. fiktionale Mediengewalt

Reale Mediengewalt: Darunter kann die Gewalt verstanden werden, die in realen Genres vorkommt bzw. über die berichtet wird, wie zum Beispiel die Berichterstattung über einen Krieg in den Nachrichten.³³

³⁰ vgl. Weltzien 2001, 1

³¹ vgl. Weltzien 2001, 2

³² vgl. Weltzien 2001, 3

³³ vgl. Batinc & Appel 2008, 180

Fiktionale Mediengewalt: Hierunter versteht man jene Formen der Gewalt die in fiktionalen Genres, meist im Fernsehen, vorkommen. Charakteristisch für diese Form der Gewalt ist die Distanz, die der Rezipient zu dem jeweiligen Medieninhalt hat, da es sich dabei um bewusst nicht reale Ereignisse handelt.³⁴

6.2 Saubere vs. Schmutzige Mediengewalt

Saubere Mediengewalt: Bei diesen violenten Medieninhalten wird die Gewalt und ihre Auswirkungen auf den Menschen nur angedeutet oder indirekt dargestellt.³⁵

Schmutzige Gewalt: Die Wirkungen der Gewalthandlungen an den Opfern werden drastisch gezeigt. Blut und Opfer von Gewalt werden zum Teil im Detail dargestellt.³⁶

6.3 Nutzungsmotive von Mediengewalt

6.3.1 Sensation Seeking

Das persönlichkeitspsychologische Sensation Seeking Konzept von Marvin Zuckerman wurde in den 1970er-Jahren entwickelt und seit dem stetig überarbeitet und kam in verschiedensten Studien zur Anwendung.³⁷

Das Konzept basiert auf der Annahme, dass es ein optimales Niveau der Stimulation oder Aktivierung gibt. Zuckerman definiert Sensation Seeking als „Eigenschaft des Menschen, die durch das Aufsuchen von verschiedenartigen, neuen, komplexen und intensiven Empfindungen und Erfahrungen bestimmt ist sowie die Bereitschaft physische, soziale, rechtliche und finanzielle Risiken für solche Erfahrungen einzugehen.“³⁸

In Bezug auf die Mediennutzung hat Zuckerman diese Definition etwas abgeändert. Da es sich bei der Mediennutzung hauptsächlich um Sinneserfahrungen und -erlebnisse handelt, wurde der Teil, der sich auf das Eingehen von Risiken bezieht weggelassen.³⁹ So stellt beispielsweise das Ansehen von gewalthaltigen Filmen oder Fotos kein direktes Risiko dar, wohingegen das Betreiben von Extremsportarten oder der Konsum von Alkohol und Drogen ein sehr großes Risiko mit sich bringt.⁴⁰

³⁴ vgl. Batinc & Appel 2008, 180

³⁵ vgl. Grimm, 8

³⁶ vgl. Grimm, 8

³⁷ vgl. Stöckli 2009, 30

³⁸ vgl. Stöckli 2009, 32

³⁹ vgl. Zuckerman 2006, 372

⁴⁰ vgl. Zuckerman 2007, 49

Des Weiteren hat Zuckerman die Definition um die Tatsache erweitert, dass Sensation Seeker das Risiko nicht um des Risiko Willens aufsuchen, sondern wegen der belohnenden Wirkung neuartiger Erfahrungen und Empfindungen.⁴¹

Sensation Seeking ist nach Zuckerman ein Persönlichkeitsmerkmal, das bei allen Menschen vorhanden ist, die Ausprägung unterscheidet sich aber hinsichtlich ihrer Intensität. Hier wird zwischen zwei Extremen unterschieden, den High und den Low Sensation Seekern. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der benötigten Variation und Intensität um das Erregungsniveau aufrecht zu erhalten.⁴²

High Sensation Seeker haben eine schnelle Habituationsrate und reagieren somit auf sich wiederholende Stimuli mit Langeweile.⁴³ "The only thing constant in the life of high sensation seekers is change."⁴⁴

Roth und Hammelstein fassen die Charakteristika des Sensation Seeking Konzepts wie folgt zusammen:⁴⁵

1. Monotone und reizarme Situationen haben eine negative Valenz für Sensation Seeker, im Gegensatz zu Novität, Komplexität und Wandelbarkeit, die von positiver Valenz sind.
2. Die Wertigkeit der Stimuli hängt von interindividuellen Unterschieden wie Konstitution, Alter, Geschlecht und Kulturkreiszugehörigkeit sowie individuelle Lernerfahrungen ab. Sensation Seeking wird als biologisch fundiertes und persönlichkeitscharakterisierendes Merkmal angesehen.
3. Das System von Erwartungen möglicher Konsequenzen von Handlungen, das Attributionssystem, ist bei Sensation Seekern durch Kontrollierbarkeit und die geringe Gewichtung negativer Handlungskonsequenzen gekennzeichnet.

Um das Sensation Seeking Merkmal zu erfassen, hat Zuckerman ein psychometrisches Instrument, die Sensations Seeking Skala (SSS) entwickelt. Die bis heute am häufigsten verwendete Form SSS V wurde 1978 publiziert und wurde in unterschiedlichsten Forschungsbereichen angewendet. Die Sensation Seeking Scale V beinhaltet 40 sogenannte „forced choice“ Items, bei denen zwischen zwei Antwortmöglichkeiten entschieden werden muss.⁴⁶

⁴¹ vgl. Stöckli 2009, 33

⁴² vgl. Stöckli 2009, 33

⁴³ vgl. Stöckli 2009, 33

⁴⁴ Zuckerman 1994. 374

⁴⁵ vgl. Roth & Hammelstein 2003, 22

⁴⁶ vgl. Stöckli 2009, 35

Es gibt einen Gesamtscore. Die vier Primärfaktoren werden als Subskalen mit je 10 Items repräsentiert:

| Skala | Beschreibung |
|--|---|
| Gefahr- und Abenteuersuche Thrill and Adventure Seeking (TAS) | Beschreibt die Tendenz, sportliche und andere Aktivitäten durchzuführen, die Gefahr oder Geschwindigkeit beinhalten |
| Erfahrungssuche Experience Seeking (ES) | Beschreibt die Suche von Erfahrungen durch nonkonformistischen Lebensstil und Reisen |
| Enthemmung Disinhibition (DIS) | Erfasst die Tendenz zu sozial und sexuell enthemmtem Verhalten |
| Empfänglichkeit für Langeweile Boredom Susceptibility (BS) | Beschreibt eine Abneigung gegen Wiederholungen und Routine |

Tabelle 1: Die vier Subskalen des Sensation Seeking Skala V und ihre Beschreibung⁴⁷

In zahlreichen Studien wurde die Vorliebe von Sensation Seekern für Action-, Gewalt- und Pornofilme nachgewiesen. In einer Studie von Zuckerman und Litle aus dem Jahr 1986 konnte außerdem gezeigt werden, dass Sensation Seeker eine größere allgemeine Neugier in Bezug auf morbide Ereignisse haben.⁴⁸ Hinsichtlich der Rezeption von Inhalten auf Fotos wurden bisher allerdings keinerlei Untersuchungen angestellt.

6.3.2 Angstlust

Der deutsche Soziologe Habermas geht davon aus, dass der Mensch Angst erst durch die wiederholte Darbietung überwinden kann. Gewaltdarstellungen haben somit für die Rezipienten wichtige und notwendige Funktionen der Alltags- und Realitätsbewältigung. Der Psychoanalytiker Balint entwickelte in diesem Zusammenhang die Kategorie des *Thrill* bzw. Angstlust. Diese Angstlust unterscheidet sich in ihrer Intensität bei jedem Menschen.⁴⁹

⁴⁷ Beauducel et al. 2003

⁴⁸ vgl. Huber 2009, 37

⁴⁹ vgl. Heidtmann 2003, 8

In einer reizarmen Umgebung sucht der Mensch nach starken, vor allem Angst auslösenden Gefühlen. Diese Gefühle der Angst werden dann als angenehm empfunden, wenn kein tatsächliches Risiko besteht.⁵⁰

Die mediale Angst unterscheidet sich von der wirklichen Angst vor allem dadurch, dass sie keinerlei Opfer verlangt. So bietet der Schrecken in Filmen oder auf Bildern einen Nervenkitzel ohne die eigene Existenz tatsächlich in Gefahr bringen zu müssen.

6.4 Theorieansätze zur Wirkung von Mediengewalt

„Die Diskussion um schädliche Auswirkungen der Medien ist so alt wie die Medien selbst, und es gibt kein Medium, das nicht in den Verdacht geraten ist, durch Darstellungen von Gewalt die Gewalttätigkeit seiner Rezipienten zu fördern.“⁵¹

Hinsichtlich der Wirkung von medialer Gewalt findet man in der Literatur unter anderem folgende Theorieansätze:

6.4.1 Katharsisthese

Zentrale Aussage: Das Beobachten von Gewalt führt zu einer Abfuhr von Gewalt. Die Vertreter dieser These gehen meist von einem angeborenen Aggressionstrieb aus. Durch das Mitvollziehen von Gewalt, soll die Bereitschaft der Rezipienten selbst aggressives Verhalten zu zeigen, abnehmen. Diese These wurde bereits empirisch widerlegt.⁵²

6.4.2 Stimulationsthese

Zentrale Aussage: Beobachtete Gewalt macht aggressiv oder ängstlich.

Bei der Stimulationsthese handelt es sich um einen der Katharsisthese entgegengesetzten Ansatz. Sie geht vom Reiz-Reaktions-Schema und einer einseitigen Kausalität von Medienwirkung aus.⁵³

Ein Nachweis für den Stimulationsmechanismus ist noch nicht eindeutig erbracht worden.⁵⁴

⁵⁰ vgl. Heidtmann 2003, 8

⁵¹ Kunczik und Zipfel, 1

⁵² vgl. Kunczik 2002, 3

⁵³ vgl. Henrich 2003, 49

⁵⁴ vgl. Kunczik 2002, S. 7

6.4.3 Modellernen/Imitationsthese

Diese These wurde von dem bekannten Lernpsychologen Albert Bandura entwickelt. Grundbedingungen für die Imitation bestimmter Handlungen:⁵⁵

- Positive Verstärkung (Belohnung, Lob, Erfolg)
- Je ähnlicher die Lebenssituation der Modellsituation ist, desto eher wird sie angenommen, also am Modell gelernt.
- Je weniger realistisch, also je weiter weg von der eigenen Realität die Modellsituation ist, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit der Imitation.

Die Lerntheorie berücksichtigt, dass Handeln durch Denken kontrolliert wird. Somit nehmen verschiedene Beobachter identische Inhalte unterschiedlich wahr und können daraus auch unterschiedliche Verhaltenskonsequenzen ableiten. Hinsichtlich der Wirkung von Gewaltdarstellungen, muss die Lerntheorie durch neue Befunde, die auf die Bedeutung der Opferperspektive hinweisen, abgeändert werden.⁵⁶

6.4.4 Kognitiv-physiologischer Ansatz

Grimm (2002) stellte im Gegensatz zu den Ergebnissen der Lerntheorie fest, dass die Rezipienten in erster Linie den Standpunkt des Gewaltopfers einnehmen, so dass die Opferperspektive den Ausgangspunkt für alle weiteren Wirkungsprozesse bildet. Er entwickelte, auf Basis von experimentellen Untersuchungen, ein dreigliedriges Modell der Opferrezeption.

Die erste Variante der Opferrezeption ist die Erzeugung von Angst, die mit einer Aggressionsminderung bzw. -hemmung einhergeht.⁵⁷

Die zweite Variante, die zu einer Aggressionssteigerung führt, beruht auf dem "Robespierre-Affekt". Dabei wandelt sich ein zunächst gewaltkritischer Impuls bzw. Mitleid mit dem Opfer in Aggression gegen den Täter.⁵⁸

Der dritte Pfad der Opferrezeption ist der Tragikeffekt. Hierbei kommt es, unter der Voraussetzung einer intensiven Einfühlung des Rezipienten in das Opfer, zu einer Aggressionsstabilität bzw. auch -minderung.⁵⁹

⁵⁵ vgl. Vitouch, VO Medienpsychologie, WS 2006

⁵⁶ vgl. Kunczik 2002, 9

⁵⁷ vgl. Grimm, 2002, 173

⁵⁸ vgl. Grimm 1999, 706

⁵⁹ vgl. Grimm, 2002, 173

Das Miterleben eines tragischen Endes könne somit für den Rezipienten eine Erleichterung bedeuten, indem es das Abfinden mit unabänderlichen Tatsachen fördere. Somit könne man sich auf das Loslassen statt auf blinde Aggression oder Angst konzentrieren. Die Folgen seien auch eine Zunahme von Toleranz, Mitleid und Weltoptimismus.⁶⁰

Grimms Befunde widersprechen der Imitations- sowie der Stimulationsthese.

6.4.5 Habituationsthese

Zentrale Aussage: Man gewöhnt sich an die gewalthaltigen Darstellungen.

Durch den ständigen Konsum nimmt die Sensibilität gegenüber Gewalt ab, die schließlich als normales Alltagsverhalten betrachtet wird. Die Habitualisierung wird als noch nicht überzeugend nachgewiesen betrachtet.⁶¹

6.4.6 Inhibitionsthese/Umkehrthese

Zentrale Aussage: Gewaltdarstellung wirkt abschreckend.

Die Betrachtung von Gewalt hat einen abschreckenden und hemmenden Effekt, vor allem wenn negative Konsequenzen nachdrücklich präsentiert werden. Beim Rezipienten wird Aggressionsangst ausgelöst, die die Bereitschaft zum eigenen aggressiven Verhalten mindert.⁶²

6.4.7 These der Wirkungslosigkeit

Zentrale Aussage: Gewaltdarstellungen sind wirkungslos.

Die These der Wirkungslosigkeit von Mediengewalt ist nicht länger haltbar und wird kaum noch vertreten. Aufgrund der Ergebnisse besteht in der Forschung ein weitgehender Konsens, dass mediale Gewalt negative Effekte haben kann, wenn bestimmte Rahmenbedingungen vorliegen.⁶³

⁶⁰ vgl. Grimm, 2002, 173

⁶¹ vgl. Kunczik 2002, 4

⁶² vgl. Kunczik 2002, 4

⁶³ vgl. Kunczik 2002, 18

7. PSYCHOLOGIE & FOTOGRAFIE

7.1 Fotos in den Medien

Viele Fotos sprechen für sich selbst, doch oft kann man auch auf den zweiten Blick nicht erkennen, was ein Bild tatsächlich zeigt. Aus diesem Grund werden Fotos in aller Regel mit Bildunterschriften versehen um sie zu erklären, aber oft auch um einen gewünschten Effekt zu verstärken.

So kam es in der Vergangenheit nicht selten zu Situationen, in denen das Bild desselben toten Kindes für beide Seiten eines Krieges als Propagandainstrument missbraucht wurde. Dies geschah unter anderem während der Kämpfe zwischen Serben und Kroaten zu Beginn der jüngsten Balkankriege.⁶⁴ Worte sind lauter als Bilder, dadurch haben Bildunterschriften die Tendenz, sich über das Abgebildete hinwegzusetzen. Dennoch kann auf längere Sicht keine Bildunterschrift die Aussage eines Bildes einschränken oder untermauern.⁶⁵

Fotos von geschundenen Körpern können genutzt werden, um der Verurteilung des Krieges Nachdruck zu verleihen. Sie können aber auch jenen, die keine eigene Kriegserfahrung haben, für kurze Zeit etwas von dieser Wirklichkeit vor Augen führen.⁶⁶

Durch das Medium der Fotografie gibt es heute unzählige Gelegenheiten, bei denen man das Leiden anderer Menschen betrachten kann. Die daraus resultierenden Fotos von Gräueltaten lassen sich auf viele Weisen nutzen und führen bei ihren Betrachtern zu unterschiedlichen Reaktionen. Für manche stärken Sie den Ruf nach Frieden, für andere den Schrei nach Rache und für wieder andere manifestiert sich lediglich das Bewusstsein, dass ständig und überall Schreckliches geschieht.⁶⁷

Für Susan Sonntag treibt die Jagd nach möglichst dramatischen Bildern, das fotografische Gewerbe an und gehört für sie zur Normalität einer Kultur, in der der Schock selbst zu einem maßgeblichen Konsumanreiz und einer bedeutenden ökonomischen Ressource geworden ist.⁶⁸

Oftmals scheint es jedoch eine unausgesprochene Einigkeit über die Grenzen des guten Geschmacks innerhalb der Weltpresse zu geben.

⁶⁴ vgl. Sonntag 2010, 17

⁶⁵ vgl. Sonntag 2010a, 106

⁶⁶ vgl. Sonntag 2010, 18

⁶⁷ vgl. Sonntag 2010, 20

⁶⁸ Sonntag 2010, 30

So wurden die Bilder der Toten, die unmittelbar nach dem Angriff vom 11. September 2001 aufgenommen wurden von keiner seriösen Zeitung abgedruckt. Lediglich eine Abendausgabe der *Daily News* zeigte das Bild einer abgetrennten Hand in den Trümmern des World Trade Centers.⁶⁹

Als weiteres Argument, um Bilder zurückzuhalten, wird neben der Frage nach dem guten Geschmack, auf die Rechte der Angehörigen verwiesen.⁷⁰

Fotos sind genauso wie Gemälde eine Interpretation der Welt. Es geht hier nicht um die Frage nach Wahrheit oder Fälschung, sondern lediglich um die Wahl eines Bildes oder Bildausschnittes und das Verwerfen eines anderen. Alleine die Tatsache, dass ein Fotograf an einer Situation beteiligt ist, verändert die gegebene Realität und macht so eine objektive Abbildung der Wirklichkeit unmöglich. Jede Entscheidung die vom Fotografen getroffen wird, wie Ort oder Moment der Aufnahme, beeinflussen das Bild und damit auch die Wahrnehmung des Betrachters.

Das Wesen der Fotografie definiert sich jedoch durch den Akt des Nicht-Einmischens. Wer sich einmischt kann nicht fotografieren und wer nicht fotografieren kann, kann die Welt nicht teilhaben lassen. Dennoch ist der Akt des Fotografierens kein rein passiver. Mit dem Geschehenlassen geht eine Form der Zustimmung einher. Fotografen sind an Dingen interessiert so wie sie sind, nicht wie sie sein sollten oder könnten. Wenn die gegebene Situation interessant und fotografierenswert ist, muss sie festgehalten werden, auch wenn es sich dabei um Leid und Unglück handelt.⁷¹

Fotos gelten als Beweis für Geschehenes und können vorhandene Zweifel ausräumen. Ein Bild mag verzerren oder verfälschen, jedoch bleibt immer der Grund zur Annahme, dass sich etwas so oder so ähnlich tatsächlich ereignet hat.

Mit einer Kamera kann das Leid für einen kurzen Augenblick festgehalten und sichtbar gemacht werden. So stößt es auf die Anteilnahme vieler Menschen und verschwindet dann wieder aus dem Blick.

Anders als das geschriebene Wort verfügt ein Foto nur über eine einzige Sprache und kann so von allen verstanden und wahrgenommen werden.⁷²

⁶⁹ vgl. Sonntag 2010, 81

⁷⁰ vgl. Sonntag 2010, 82

⁷¹ vgl. Sonntag 2010a, 18

⁷² vgl. Sonntag 2010, 27

Eine Flut von bewegten Bildern prägt unsere Umwelt, dennoch hinterlassen Fotos eine tiefere Wirkung auf unsere Erinnerung, da das Gedächtnis mit Standbildern arbeitet. In einer Zeit des Informationsüberflusses bietet das Foto eine Methode, eine Information schnell zu verstehen und gut zu behalten. Darin ähnelt es einem Zitat oder Sprichwort.⁷³ Die bildbasierte Kommunikation ermöglicht somit die schnelle Erfassung eines Sachverhaltes, wenngleich dies meist nur intuitiv und ohne die Detailhaftigkeit eines Textes geschieht. Die Kommunikation mittels Bildern kommt dem menschlichen Grundbedürfnis entgegen Inhalte emotional einzuordnen und ihre Glaubwürdigkeit zu prüfen.⁷⁴

Fotos im Allgemeinen, aber vor allem Pressefotos werden von ihren Betrachtern sehr gut gemerkt und erinnert. Jedoch schaffen es die meisten Bilder erst gar nicht in die Medien und nur ein Bruchteil hält Einzug in das kollektive Bildgedächtnis.⁷⁵

Doch manchmal werden durch die Fotografie Bilder geschaffen die in das Denken eingreifen und dadurch einen langfristigen Einfluss auf das kollektive Bewusstsein und die Wahrnehmung von Weltgeschehnissen haben können. Manche dieser Bilder haben traurige Berühmtheit durch ihre wiederholte Illustration erlangt und werden heute als *Ikonen der Pressefotografie* bezeichnet.⁷⁶ Meist handelt es sich dabei um Bilder die wichtige Wendepunkte und Umbrüche markieren und einen Sachverhalt besonders einprägsam Visualisieren.



Foto 1: World Press Photo of the Year 1968.

Der südvietnamesische Polizeichef Nguyễn Ngọc Loan richtet das Vietcong-Mitglied Nguyễn Văn Lém am 1. Februar 1968 auf offener Straße in Saigon mit einem Kopfschuss hin.

⁷³ vgl. Sonntag 2010, 29

⁷⁴ vgl. Kiehlholz 2008, 21

⁷⁵ vgl. Haller 2008, 59

⁷⁶ vgl. Schuster 1996, 192

Ein Foto vermag nicht moralische Situationen zu erzeugen, jedoch können diese durch sie verstärkt oder gefördert werden. Ein einziges Foto kann die Meinung einer ganzen Nation weitaus stärker beeinflussen als stundenlange Berichte im Fernsehen.⁷⁷ Das Bild des vietnamesischen Mädchens, das nach dem Napalmangriff mit schmerzverzerrtem Gesicht um sein Leben rennt, hat vermutlich mehr zur Einstellung der Öffentlichkeit gegen den Krieg beigetragen, als es Fernsehnachrichten und Zeitungsberichte je gekonnt hätten.



Foto 2: World Press Photo of the Year 1972.

Phan Thị Kim Phúc und andere Kinder fliehen mit schweren, durch Napalm verursachten Verbrennungen, von dem irrtümlich durch südvietnamesische Flugzeuge bombardierten Ort.

7.2 Fotopsychologie

Die Fotopsychologie ist ein relativ junger Teilbereich der Psychologie, der sich mit dem Einfluss der Fotografie auf das Verhalten und Erleben beschäftigt und ist eng mit der Kunstpsychologie verbunden.

Schuster (1996) beschreibt in seinem Buch *Fotopsychologie* die psychologischen Vorteile der Bildwahrnehmung. Aus dem speziellen Charakter von Fotos, ergeben sich nämlich, im Gegensatz zu realen Situationen oder Filmmaterial, bestimmte psychologische Vorteile in der Wahrnehmung.

So gibt es beim Ansehen eines Bildes keinerlei Störfaktoren. Dadurch erhält der Betrachter die Stellung eines privilegierten Beobachters, dessen Wahrnehmung nicht von Unbequemlichkeiten wie Lärm, Kälte oder Wind beeinträchtigt wird.⁷⁸

⁷⁷ vgl. Sonntag 2010a, 24

⁷⁸ vgl. Schuster 1996, 48

Bei realen Ereignissen verspürt man oft eine Art Handlungsbedarf, auch dieser fällt bei Bildern weg. Eine dramatische Unfallszene ruft somit nicht zu sofortiger Aktion auf, sondern kann entspannt analysiert werden.⁷⁹

Darüber hinaus verschwindet im Moment der Bildbetrachtung die soziale Hemmung etwas oder jemanden anzustarren. Offene Armut, Gewalt oder Ungerechtigkeit können ohne Skrupel beobachtet werden.⁸⁰

In Filmen und realen Szenen zwingen sich neue Bilder dem Betrachter meist auf, ob er das möchte oder nicht. Bei Bildern ist die Betrachtungsdauer selbstbestimmt, so wird ein Foto nur so kurz oder lange betrachtet wie man es selbst wünscht.⁸¹

Durch die Fotografie können Missstände aufgezeigt und dokumentiert werden. Oft gibt es wenige Möglichkeiten in ein Unrecht einzugreifen, doch etwas das man tun kann und als professioneller Fotojournalist auch tun muss, ist es die sichtbaren Missstände mit der Kamera festzuhalten.⁸²

Der Mensch reagiert emotional auf bestimmte visuelle Schlüsselreize. Der erste der dies erkannt hat war Konrad Lorenz, der das Kindchenschema beschrieben hat.

Das Foto eines verletzten oder weinenden Kindes spricht angeborene Reaktionsbereitschaften an, die einem das Gefühl vermitteln dieses Kind beschützen und trösten zu wollen.⁸³

Leid, Not und Armut erregen über Fotos viel direkter Mitleid als über einen geschriebenen Text, dies hat zur Entwicklung der sozialen Fotografie geführt. Sie soll Missstände aufzeigen und zum Handeln auffordern. Durch den moralisch angelegten Hintergrund werden oftmals die Argumente geliefert um grausame Reportagebilder von Kriegsleid und -elend in all ihren Details zu veröffentlichen.⁸⁴

7.2.1 Psychologische Besonderheiten der Fotografie

Schreckensbilder transportieren die Szene der Gewalt in die Imagination des Betrachters, der dadurch in der Lage ist, sich die Vorlage zu vergegenwärtigen. Damit macht das Bild den Betrachter zum Zeugen der Gewalt und oft auch zu ihrem Opfer.⁸⁵

⁷⁹ vgl. Schuster 1996, 48

⁸⁰ vgl. Schuster 1996, 48

⁸¹ vgl. Schuster 1996, 49

⁸² Schuster 1996, 190

⁸³ vgl. Schuster 1996, 199

⁸⁴ vgl. Schuster 1996, 197+198

⁸⁵ vgl. Weltzien 2001, 3

So kann die detaillierte Schilderung von Gewalt zu körperlichen Reaktionen führen. Die Bildwirkung überträgt die Gewalt der Darstellung auf den Betrachter, der sich dadurch mit dem Opfer identifiziert und mitleidet.⁸⁶

Es gibt jedoch auch Bilder, die Gewalt über den Betrachter ausüben können, ohne selbst Gewalt und Grausamkeiten zu zeigen. Sie führen beim Rezipienten zu einem Schock, zu einer Bestürzung durch einen Verstoß gegen gewohnte Bildkonventionen und Sehgewohnheiten.⁸⁷ Die Irritation von Erwartungen macht solche Bilder sehr kraftvoll, auch ohne die Darstellung von Blut und Leid.

7.2.2 Das Schrecken am anderen Ende der Welt

Tatsache ist, dass viele der schrecklichen Bilder, aus weit entfernten Regionen der Welt stammen. Menschen die besonders fremdartig wirken, sind unbekannt und haben nur wenig Bezug zum täglichen Leben. Gerade hier sind die Darstellungen von Kriegsschauplätzen und Katastrophenopfern oft unverhüllt und offensichtlich.⁸⁸

Je weiter entfernt oder exotischer der Schauplatz ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Toten und Sterbenden unbedeckt und von vorn zu sehen sind.⁸⁹ Wenn einem die abgebildeten Menschen näher bzw. ähnlicher sind, wird vom Fotografen in der Regel mehr Diskretion erwartet.⁹⁰



Abbildung 3: World Press Photo of the Year 2005. Eine Mutter und ihr Kind warten in einem Nothilfezentrum in Tahoua, Niger, auf Nahrung.



Abbildung 4: World Press Photo of the Year 1980. Die Hand eines verhungerten afrikanischen Jungen in der eines gut genährten, weißen Missionars in Uganda.

⁸⁶ vgl. Weltzien 2001, 4

⁸⁷ vgl. Weltzien 2001, 4

⁸⁸ vgl. Sonntag 2010, 84

⁸⁹ vgl. Sonntag 2010, 84

⁹⁰ vgl. Sonntag 2010, 74

Oft sind die aufgezeigten Missstände so weit vom Lebensumfeld des Betrachters entfernt, dass er ohnehin nichts tun kann. Die von den Bildern erzeugten Emotionen münden dann oftmals in hilfloser Frustration.⁹¹

Wie die unzähligen Darstellungen von Unglück, Verzweiflung und sichtbaren Ungerechtigkeiten vom Rezipienten verarbeitet werden, ist nicht erforscht. Viele wollen diese Dinge nicht sehen und andere haben Schuldgefühle wegen des eigenen Wohlstands. Einige mögen sich daran gewöhnt haben und reagieren emotional gleichgültig auf solche Bilder. Eben diese Abstumpfung und Gewöhnung ist für Pressefotografen wieder Anreiz, noch schrecklichere Bilder, noch grausamere Verletzungen zu zeigen.⁹²

Es ist wirkt kurios, dass Menschen auf der ganzen Welt allmorgendlich ihre Zeitung aufschlagen, in dem Bewusstsein möglicherweise auf Bilder zu stoßen die sie schockieren oder vielleicht sogar zu Tränen rühren könnten.

Bilder die Mitgefühl und Abscheu erzeugen, scheinen Teil des Alltags und der Realität geworden zu sein.

Eine Frage die sich in diesem Zusammenhang immer wieder aufdrängt ist, ob Menschen in Schrecken versetzt werden wollen? Wie an die meisten Dinge, kann man sich auch an den Anblick und den damit verbundenen Schrecken bestimmter Bilder gewöhnen. Dennoch gibt es Bilder deren Eindringlichkeit nicht an Intensität verlieren, zum Teil auch deshalb weil man sie nicht oft ansehen kann.⁹³

Jeder muss für sich selbst entscheiden welche Bedeutung er Bildern von Grausamkeiten und Verbrechen beimisst. Die Wenigsten mögen es für ihre Pflicht halten diese zu betrachten, auf jeden Fall sollte man aber über solche Bilder und ihr Betrachten nachdenken. Unsere Vernunft und das rationale Denken rücken in den Hintergrund sobald unsere Aufmerksamkeit von gequälten und verstümmelten Körpern gefangen wird. Deshalb ist es umso wichtiger, sich nicht von der Faszination des Schreckens überwältigen zu lassen, sondern die Geschichte hinter einem Bild erfahren zu wollen.

⁹¹ vgl. Schuster 1996, 200

⁹² vgl. Schuster 1996, 200

⁹³ vgl. Sonntag 2010, 97

8 WORLD PRESS PHOTO AWARD⁹⁴

Auf der offiziellen Homepage der World Press Photo Foundation werden ihr Tätigkeitsfeld und ihre Aufgaben wie folgt zusammengefasst:

Die World Press Photo Foundation wurde 1955 in Amsterdam gegründet. Die unabhängige und gemeinnützige Organisation hat sich die Unterstützung und Förderung der Arbeit professioneller Pressefotografen auf internationaler Ebene zur Hauptaufgabe gemacht. Bei der gesamten Arbeit der Stiftung stehen Meinungs- und Äußerungsfreiheit im Vordergrund.

Das wohl bekannteste Projekt ist der jährlich stattfindende Fotowettbewerb. Es handelt sich dabei um den größten und renommiertesten Wettbewerb der Pressefotografie, bei dem Maßstäbe für den gesamten Fotojournalismus gesetzt werden.

Jedes Jahr werden zehntausende Pressefotos von Pressefotografen, Presseagenturen, Zeitungen und Magazine bei der World Press Photo Foundation eingereicht. Die Fotos thematisieren wichtige Ereignisse des Vorjahres und stellen somit auch eine Zusammenfassung des Weltgeschehens eines ganzen Jahres da.

Die preisgekrönten Fotografien werden in einer Wanderausstellung gezeigt, die von mehr als zwei Millionen Menschen in über 45 Ländern besucht wird und somit eine der erfolgreichsten Fotoausstellungen der Welt ist. Außerdem erscheinen die Gewinner in einem Jahrbuch, das in sechs Sprachen veröffentlicht wird. Im Laufe der Jahrzehnte sind viele der World Press Photos zu Ikonen der Pressefotografie geworden.

⁹⁴ www.worldpressphoto.org

8.1 Gewinnerkategorien

Jedes Jahr wird ein Foto mit dem Titel "World Press Photo des Jahres" ausgezeichnet.



Abbildung 5: World Press Photo of the Year 2004. Eine verzweifelte Inderin trauert zwei Tage nach dem verheerenden Tsunami um ihren toten Verwandten.



Abbildung 7: World Press Photo fo the Year 2001. Der Körper eines toten afghanischen Jungen wird für die Beerdigung im Flüchtlingslager Jalozai vorbereitet.



Abbildung 6: World Press Photo fo the Year 2003. Ein irakischer Kriegsgefangener tröstet seinen Sohn in einem Auffanglager für Kriegsgefangene.

Daneben gibt es noch weitere zehn Kategorien in denen Preise verliehen werden:

- Spot News
- General News
- People in the News
- Sports Action
- Sports Features
- Contemporary Issues
- Daily Life
- Portraits
- Arts and Entertainment
- Nature

Für jede dieser Kategorien werden drei Preise für die besten Einzelfotos und drei Preise für die besten Fotoserien vergeben. Des Weiteren besteht die Möglichkeit einer "Honorable Mention" oder eine "Special Mention für besondere Bilder, die aber nicht in den anderen Kategorien berücksichtigt werden konnten.

9 BILDWAHRNEHMUNG & BILDREZEPTION

Schuster stellt in seinem Werk „Wodurch Bilder wirken“ fest, dass die Schönheit eines Bildes mit der Leichtigkeit der Wahrnehmung eng zusammenhängt. So sind kontrastreiche und farbintensive Bilder leichter zu erfassen als unscharfe und trübe.

Ein weiterer interessanter Faktor ist die Tatsache, dass die Schönheit bestimmter Szenen erst durch ein Bild wahrgenommen werden können. Ist man Teil eines Sturmes oder einer Schlacht, wird man kaum innehalten um die Schönheit darin zu entdecken. Ein Foto gibt einem die Möglichkeit die Schönheit eines solchen Geschehens erst zu entdecken, da man als Beobachter nicht direkt davon betroffen ist.

Als Grund für das Empfinden von Schönheit wurde auch immer wieder die Spannungsreduktion oder die optimale Erregung diskutiert. Im Prozess der Wahrnehmung kann mehr Ruhe oder Spannung entstehen.⁹⁵

Es gibt bestimmte visuelle Schlüsselreize, die beim Menschen zwar keine direkte Reaktion im Moment der Signaldarbietung auslösen, jedoch Aufmerksamkeit und Stimmung eines Individuums beeinflussen können.⁹⁶

Dr. Alexander Glas, Professor für Kunstpädagogik und Ästhetische Erziehung an der Universität Passau, beschreibt Bilder als Medium zur Orientierung und Modellbildung. Dies äußert sich nach seiner Ansicht durch folgende Faktoren:⁹⁷

- Bildliches Wissen hat Modellfunktion
- Bilder sind Organisationen unserer Erfahrungen, Wahrnehmungen und Vorstellungen
- Bilder sind wesentlich beteiligt beim Erkennen, Lernen und Erinnern
- Bilder verankern, speichern und klären Wissen
- Bilder stellen Konzeptsysteme bereit als Grundlage für die Koordination des Wissens

⁹⁵ vgl. Schuster 2011, 51

⁹⁶ vgl. Schuster, 2011, 95

⁹⁷ vgl. Glas

- Bilder sind Organisationen, in denen sich unterschiedliche Orientierungen unseres Wissens objektivieren
- Bilder sind Teil der Biographie und des Sich-in-der-Welt-Orientierens

Für die menschliche Bildwahrnehmung werden sowohl angeborene als auch historisch und kulturell geprägte Faktoren angenommen. Die Wahrnehmung von Bildern funktioniert, physiologisch betrachtet, kulturübergreifend gleich, allerdings ergeben sich Differenzierungen durch interindividuelle und kulturhistorisch gewonnene Erfahrungen.⁹⁸

⁹⁸ Pilarczyk u. Mietzner 2005, 95

II EMPIRISCHER TEIL

10 FORSCHUNGSINTERESSE

In der vorliegenden Arbeit soll unter der Berücksichtigung des bestehenden Forschungsstandes ein neuer Aspekt hinsichtlich der Faszination grausamer Pressefotos, näher beleuchtet werden.

Neben der Erforschung der grundlegenden ethischen Einstellung von Rezipienten zu grausamen Pressefotos, soll auch herausgefunden werden welche Persönlichkeitseigenschaften oder Prädispositionen zu unterschiedlichen Bewertungen von grausamen Inhalten führen.

So wurde im Folgenden mit Hilfe eines Online-Fragebogens untersucht, wie Personen mit unterschiedlichen Persönlichkeitsausprägungen hinsichtlich Sensation Seeking, zu der Darstellung von Opfern auf Pressefotos stehen und wie diese von ihnen bewertet werden.

10.1 Forschungsfragen und -hypothesen

Forschungsfrage 1: Besteht ein Zusammenhang zwischen dem Ausprägungsgrad des Persönlichkeitsmerkmals Sensation Seeking und der Bewertung grausamer Pressefotos?

Hypothese 1

Es besteht ein Zusammenhang zwischen dem Ausprägungsgrad des Persönlichkeitsmerkmals Sensation Seeking und der der Bewertung grausamer Pressefotos.

- a) Je stärker das Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking ausgeprägt ist, umso weniger grausam werden grausame Pressefotos eingeschätzt.
- b) Je stärker das Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking ausgeprägt ist, umso ästhetischer werden grausame Pressefotos eingeschätzt.

Forschungsfrage 2: Führt die Abbildung von Kindern auf grausamen Pressefotos zu deutlich negativeren Bewertungen, als die Abbildung von Frauen oder Männern.

Hypothese 2

Die Abbildung von Kindern auf grausamen Pressefotos führt zu deutlich negativeren Bewertungen, als die Abbildung von Frauen oder Männern.

Forschungsfrage 3: Führt eine stärkere Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking zu einer positiveren Bewertung von Schaulust?

Hypothese 3

Je stärker das Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking ausgeprägt ist, umso weniger negativ wird Schaulust bewertet.

Forschungsfrage 4: Werden Pressefotos mit der Abbildung von Blut, im Unterschied zu Pressefotos ohne Blut, stärker nach inhaltlichen als nach ästhetischen Kriterien bewertet?

Hypothese 4

Pressefotos mit der Abbildung von Blut werden, im Unterschied zu Pressefotos ohne Blut, stärker nach inhaltlichen als nach ästhetischen Kriterien bewertet.

Forschungsfrage 5: Bewerten High Sensation Seeker grausame Pressefotos auf denen Blut zu sehen ist, positiver als grausame Pressefotos ohne Blut?

Hypothese 5

High Sensation Seeker bewerten grausame Pressefotos auf denen Blut zu sehen ist, positiver als grausame Pressefotos ohne Blut.

Forschungsfrage 6: Bewerten Männer und Frauen Abbildung von verletzten oder toten Frauen und Kindern negativer, als ähnliche Abbildungen von Männern?

Hypothese 6

Sowohl Männer als auch Frauen beurteilen die Abbildung von verletzten oder toten Frauen und Kindern negativer, als ähnliche Abbildungen von Männern.

Forschungsfrage 7: Bewerten Personen mit höher ausgeprägtem Interesse an Fotografie grausame Pressfotos positiver, als Personen mit weniger stark ausgeprägtem Interesse an Fotografie?

Hypothese 7

Personen mit höher ausgeprägtem Interesse an Fotografie bewerten grausame Pressfotos positiver, als Personen mit weniger stark ausgeprägtem Interesse an Fotografie.

Forschungsfrage 8: Bewerten Personen mit einer grafischen Ausbildung grausame Pressfotos positiver als Personen ohne grafische Ausbildung?

Hypothese 8

Personen mit einer grafischen Ausbildung bewerten grausame Pressfotos positiver als Personen ohne grafische Ausbildung.

Forschungsfrage 9: Finden High Sensation Seeker die Darstellung von Opfern auf Pressefotos weniger unethisch, als Low Sensation Seeker?

Hypothese 9

High Sensation Seeker finden die Darstellung von Opfern auf Pressefotos weniger unethisch, als Low Sensation Seeker.

Forschungsfrage 10: Führt eine stärkere Ausprägung von Schaulust zu einer positiveren Bewertung grausamer Pressefotos?

Hypothese 10

Je stärker die Schaulust ausgeprägt ist, desto positiver werden grausame Pressefotos bewertet.

Forschungsfrage 11: Führt eine stärkere Ausprägung von Schaulust zu geringeren ethischen Bedenken gegenüber grausamen Pressefotos?

Hypothese 11

Je stärker die Schaulust ausgeprägt ist, desto geringer sind ethische Bedenken gegenüber grausamen Pressefotos

11 METHODISCHE VORGEHENSWEISE

Die Daten für die vorliegende Untersuchung wurden mittels Online-Fragebogen erhoben. Dieser wurde nach einem Pretest auf der Internetplattform für Fragebögen <https://www.soscisurvey.de/> online gestellt.

Der Erhebungszeitraum erstreckte sich von 14. November 2011 bis 28. November 2011. Der Link zum Fragebogen wurde mittels Schneeballsystem per E-Mail versendet, sowie auf Facebook, in Foto-Communities und Foto-Foren gepostet. Insgesamt konnten 211 ausgefüllte Fragebögen in die Auswertung miteinbezogen werden. Die gesammelten Daten wurden im Anschluss mit dem Datenverarbeitungsprogramm SPSS ausgewertet.

Bei den Fotos, die für Befragung ausgewählt wurden, handelt es sich ausschließlich um World Press Photos. Diese wurden nach bestimmten, für den Untersuchungsgegenstand relevanten Kriterien, unter den Gewinnerfotos der letzten 10 Jahre ausgewählt.

Bei der Gestaltung des Fragebogens (im Anhang), wurde auch auf bereits bestehende Fragebatterien zurückgegriffen. Sensation Seeking wurde mit Hilfe der Sensation Seeking Skala V, der deutschsprachige Version nach Beauducel, Brocke, Strobel und Strobel von 1999 erhoben.

Der komplette Datensatz befindet sich auf einer CD, die der Arbeit beigelegt ist. Auf dieser CD finden sich sämtliche Tabellen und Berechnungen, Berechnungen von neuen Variablen, Zusammenfassungen von Variablen in Gruppen, Re- und Umkodierungen etc., welche für Auswertungszwecke benötigt und mit dem Datensatz berechnet wurden.

11.1 Quantitative Sozialforschung

Die Gütekriterien der quantitativen Forschung sind Objektivität, Reliabilität und Validität. Das Auswertungsziel standardisierter Verfahren besteht darin, über Häufigkeitsverteilungen bestimmte Phänomene zu beschreiben oder über Häufigkeitsvergleiche Hypothesen zu überprüfen, die den Zusammenhang von mindestens zwei Variablen beschreiben.⁹⁹

⁹⁹ vgl. Scholl 2009, 24

11.1.1 Schriftliche Befragung - Fragebogen

Schriftliche Befragungen werden für sozialwissenschaftliche Untersuchungen häufig eingesetzt. In den letzten Jahren hat sich die Online-Befragung etabliert, die auch in der kommerziellen Forschung eine bedeutende Rolle spielt. Es werden mittlerweile mehr quantitative Interviews online durchgeführt als face to face.¹⁰⁰

Das Ziel der sozialwissenschaftlichen Befragung ist durch regulierte Kommunikation reliabel und valide Informationen über den Forschungsgegenstand zu erhalten. Die Befragung ist dabei eine Art Aufforderung zur Selbstbeschreibung des Befragten.¹⁰¹

11.1.1.1 Vorteile des Online-Fragebogens¹⁰²

- Kostengünstig
- Schnelligkeit
- Ortsunabhängigkeit
- Automatisierter Fragebogen
- Erfassung der Abbrecher und Antwortzeiten
- Einbindung von multimedialen Fragebogenelementen
- Hohe Anonymität, dadurch Eignung für sensible Themen

11.1.1.2 Nachteile des Online-Fragebogens¹⁰³

- Mangelnde Repräsentativität
- Bildungsbarriere
- Altersbarriere
- Nicht kontrollierbare Erhebungssituation
- Keine Motivationsmöglichkeit durch den Interviewer

Zu den Voraussetzungen für einen schriftlichen Fragebogen gehört das Vorhandensein eines Hintergrundwissen über den Untersuchungsgegenstand, da nur die Quantifizierung bekannter Aspekte, nicht aber die Entdeckung neuer Problemfelder möglich ist.¹⁰⁴

¹⁰⁰ vgl. Möhring und Schlütz 2010,133

¹⁰¹ vgl. Scholl 2009, 22

¹⁰² vgl. Möhring und Schlütz 2010, 134

¹⁰³ vgl. Möhring und Schlütz 2010, 137

¹⁰⁴ vgl. Winter 2000, 5

11.1.1.3 Durchführung¹⁰⁵

- Einholen aller verfügbaren Informationen über den Untersuchungsgegenstand
- Fragebogenkonstruktion
- Pretest des Fragebogens
- Versenden bzw. Verteilen der Fragebögen
- Nachfassaktionen während der Rücklaufzeit
- Dateneingabe
- Auswertung
- Interpretation der Ergebnisse und gefundenen Zusammenhänge
- Ergebnispräsentation/Berichterstellung

Um empirische Größen quantifizieren zu können, müssen sie messbar gemacht werden. Da es im Bereich der Sozialwissenschaften zum Großteil nicht um die Messung physikalischer Größen geht, bedient man sich eines Spezialfalls der Messung, der Skalierung. Ihr Ziel ist die Zuordnung einer Person hinsichtlich ihrer Position bzw. Zugehörigkeit zum untersuchten Gegenstand. Es gibt vier Skalenarten die voneinander unterschieden werden können: die Nominal-, Ordinal-, Intervall- und Verhältnisskala.¹⁰⁶

¹⁰⁵ vgl. Winter 2000, 5

¹⁰⁶ vgl. Raab-Steiner u. Benesch 2008, 29

12 STICHPROBENBESCHREIBUNG

Die Stichprobe besteht aus insgesamt 211 Personen, 136 (64%) sind männlich, 72 (34%) weiblich, von weiteren drei Personen (1%) wurden keine Angaben zum Geschlecht gemacht.

Die relative Mehrheit der Stichprobe (n=92, 44%) weist ein Alter zwischen 31 und 50 Jahren auf, 65 (31%) sind zwischen 19 und 30 Jahre alt, weitere 48 (23%) sind älter als 50 Jahre. Vier Personen (2%) in dieser Stichprobe sind 18 Jahre oder jünger, von 2 (1%) Personen wurden keine Angaben zum Alter gemacht.

Der Großteil der Stichprobe hat eine Fachhochschule oder Universität (n=93; 44%) abgeschlossen, weitere 63 (30%) haben Matura. Einen Lehrabschluss weisen 44 (21%) Personen in dieser Stichprobe auf, 11 (5%) Befragte haben einen Pflichtschulabschluss. 25 (12%) Personen geben an, eine grafische Ausbildung absolviert zu haben.

Tabelle 2: Beschreibung der Stichprobe nach soziodemografischen Merkmalen (Angaben in absoluten Häufigkeiten und Prozent)

| | | n | % |
|----------------------|---------------------------------|-----|-----|
| Geschlecht | Keine Angabe | 3 | 1% |
| | weiblich | 72 | 34% |
| | männlich | 136 | 64% |
| Alter | Keine Angabe | 2 | 1% |
| | jünger als 18 Jahre | 4 | 2% |
| | 19 bis 30 Jahre | 65 | 31% |
| | 31 bis 50 Jahre | 92 | 44% |
| | 51 und älter | 48 | 23% |
| Formale Bildung | Pflichtschule | 11 | 5% |
| | Fachhochschule / Universität | 93 | 44% |
| | Abgeschlossene Lehre | 44 | 21% |
| | Matura | 63 | 30% |
| Grafische Ausbildung | Ja | 25 | 12% |
| | Nein | 186 | 88% |

160 (76%) der Befragten zeigen sehr starkes Interesse an Fotografie, weitere 47 (22%) haben etwas Interesse und nur 4 (2%) gaben an, gar kein Interesse an Fotografie zu haben.

Genau drei Viertel (n=158) der Stichprobe sind im Besitz einer Spiegelreflexkamera. Fotoausstellungen werden von 27 (13%) der Stichprobe regelmäßig besucht, die absolute Mehrheit von 121 (57%) der Befragten geht gelegentlich in Fotoausstellungen, 63 (30%) tun das hingegen nie.

Etwas mehr als drei Viertel der Befragten (n=164; 78%) kennen den World Press Photo Award, 38 (18%) kennen diesen Preis nicht, 9 (4%) Befragte beantworten diese Frage mit „weiß nicht“. Insgesamt geben 50 (24%) der Stichprobe an, eine Ausstellung des World Press Photo Awards zumindest einmal besucht zu haben, die überwiegende Mehrheit von 161 (76%) hat noch nie eine derartige Ausstellung besucht.

Tabelle 3: Interesse an Fotografie (Angaben in absoluten Häufigkeiten und Prozent)

| | | n | % |
|------------------------|---------------|-----|-----|
| Interesse Fotografie | Sehr | 160 | 76% |
| | Etwas | 47 | 22% |
| | Gar nicht | 4 | 2% |
| Besitz Kamera | Ja | 158 | 75% |
| | Nein | 53 | 25% |
| Fotoausstellungen | Regelmäßig | 27 | 13% |
| | Gelegentlich | 121 | 57% |
| | Nie | 63 | 30% |
| Bekanntheit WPA | Ja | 164 | 78% |
| | Nein | 38 | 18% |
| | Weiß nicht | 9 | 4% |
| Besuch Ausstellung WPA | Ja öfter | 24 | 12% |
| | Ja ein Mal | 26 | 12% |
| | Nein noch nie | 161 | 76% |

Aus den Items, die das fotografische Interesse beschreiben wird ein Index gebildet. Bei den dreistufigen Fragen werden 2 Punkte für die volle Zustimmung, 1 Punkt für teilweise Zustimmung und 0 Punkte für keine Zustimmung gegeben.

Für die zwei dichotomen Fragen wird jeweils ein Punkt vergeben. Der so gebildete Index weist eine Reliabilität von Cronbach- $\alpha=0,72$ auf, dieser Wert kann als durchaus akzeptable Zuverlässigkeit interpretiert werden.

Der Summenscore dieses Index liegt zwischen 0 und 8 Punkten, der Mittelwert liegt bei 4,45 (SD=1,84). Höhere Werte bedeuten ein höheres fotografisches Interesse.

Personen mit weniger als vier Punkten werden in die Gruppe mit geringem Interesse (n=56, 57%) zugeordnet, werden vier oder fünf Punkte erreicht, so erfolgt eine Zuteilung in die Gruppe mit mittlerem Interesse (n=103, 49%), bei noch höherer Punkteanzahl wird starkes Interesse an der Fotografie angenommen (n=52, 25%)

13 AUSWERTUNG DER DATEN

13.1 Ethische Grenzen der Darstellung

In diesem Abschnitt werden die Aussagen zur ethischen Vertretbarkeit von grausamen Pressefotos beschrieben.

Insgesamt finden 24% (n=50) die Darstellung von grausamen Pressefotos zum Zweck einer vollständigen Berichterstattung als ethisch vertretbar, fast die Hälfte (n=101; 48%) kann dieser Aussage in abgeschwächter Form zustimmen, nur 60 (29%) der Befragten finden die ethische Vertretbarkeit eher nicht, oder gar nicht gegeben (siehe auch Tabelle 3). Deutlich mehr als die Hälfte der Stichprobe (n=123; 58%) finden durch die Darstellung, die Menschenwürde der Opfer verletzt, 88 (42%) sehen keine oder gar keine Beeinträchtigung der Menschenwürde.

Tabelle 4: Beurteilung der ethischen Vertretbarkeit von grausamen Pressefotos zum Zweck vollständiger Berichterstattung und Verletzung der Menschenwürde der Opfer durch die Darstellung auf grausamen Pressefotos

| | Ethische Vertretbarkeit von grausamen Pressefotos | | Verletzung der Menschenwürde durch Darstellung | |
|---------------------------|---|-----|--|-----|
| | N | % | N | % |
| Ich stimme voll zu. | 50 | 24% | 43 | 20% |
| Ich stimme eher zu. | 101 | 48% | 80 | 38% |
| Ich stimme eher nicht zu. | 42 | 20% | 66 | 31% |
| Ich stimme nicht zu. | 18 | 9% | 22 | 11% |

Bei den Fragen nach der ethischen Vertretbarkeit der Darstellung in Abhängigkeit von unterschiedlichen Themenbereichen bekommt das Thema Krieg (M=3,80) die höchste Zustimmung, die Unterschiede zu allen anderen Themenbereichen sind bis auf die Darstellung von Personen, bei denen man die Gesichter nicht erkennen kann (M=3,59; $p=0,059$) bei $p<0,001$ hoch signifikant (t-Test für abhängige Stichproben).

Am wenigsten vertretbar ist die Darstellung von Kindern (M=2,73), die Unterschiede sind zu allen anderen Bereichen bei $p<0,001$ hoch signifikant (t-Test für abhängige Stichproben).

Für die ethische Vertretbarkeit der Darstellung von Frauen auf grausamen Bildern ergibt sich eine mittlere Zustimmung von M=3,01; für Männer liegt der Mittelwert bei 3,04.

Obwohl die Unterschiede zwischen der Darstellung von Männern und Frauen deskriptiv eher gering sind, sind sie dennoch als signifikant zu bewerten ($p=0,019$, t-Test für abhängige Stichproben).

Tabelle 5: Items zu den ethischen Grenzen bezüglich der Darstellung von Personenschicksalen auf Fotos (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu)

| | M | SD |
|---|------|------|
| es um das Thema Krieg geht. | 3,80 | 1,18 |
| es um eine Naturkatastrophe geht. | 3,16 | 1,28 |
| es um eine Umweltkatastrophe geht. | 3,31 | 1,27 |
| man die Gesichter der Personen nicht erkennen kann. | 3,59 | 1,26 |
| ein Kind abgebildet ist. | 2,73 | 1,27 |
| eine Frau abgebildet ist. | 3,01 | 1,17 |
| ein Mann abgebildet ist. | 3,04 | 1,17 |

Der daraus gebildete Index aus den sieben Fragen zu den unterschiedlichen Themenbereichen weist einen Mittelwert von 3,23 ($SD=0,95$) auf, die Spannweite der Messwerte liegt dabei zwischen einem Rohscore von 1 bis zu 5 Punkte. 25% der Stichprobe weisen Werte von kleiner 2,71 auf, weitere 25% haben jedoch eine Zustimmung von 4 oder noch höher.

Die interne Konsistenz (Cronbach- $\alpha=0,89$) ist als sehr gut zu bewerten. Die Verteilung der Messwerte des Index „Ethische Grenzen bezüglich der Darstellung von Personenschicksalen“ ist aus Abbildung 1 zu entnehmen.

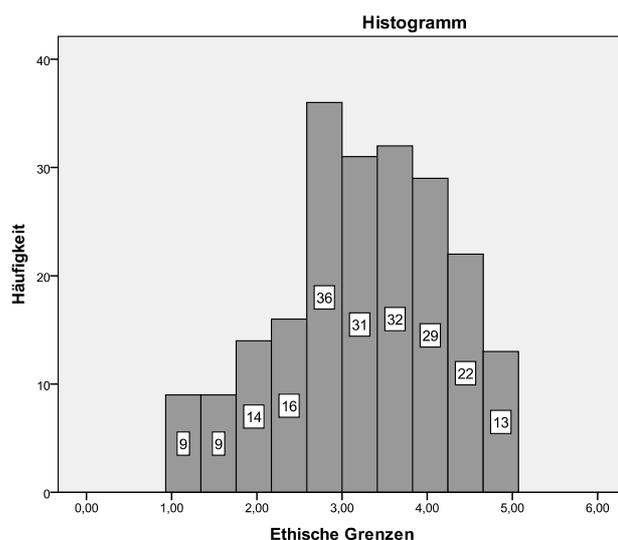


Abbildung 1: Histogramm der Messwertverteilung des Index „Ethische Grenzen bezüglich der Darstellung von Personenschicksalen auf Pressfotos“ (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu)

13.2 Schaulust

Die Einstellung zur Schaulust wurde mit vier Items abgefragt, drei davon erfassen Zustimmung zur Schaulust, eines erfragt eine ablehnende Haltung (siehe Tabelle 5). Der Mittelwert für das Item mit ablehnender Haltung („Schaulust ist unethisch und zu Recht verpönt“) erhält eine durchschnittliche Zustimmung von 3,20, von den Items, die eher Zustimmung zur Schaulust erfragen, weist die Aussage „Wer sagt, dass er nicht schaulustig ist, lügt“ die höchste Zustimmung auf (M=3,46).

Tabelle 6: Fragen zur Schaulust (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu), das mit * markierte Item ist bei der Indexbildung umzupolen

| | M | SD |
|---|------|------|
| Schaulust ist etwas typisch Menschliches und nicht verwerflich. | 2,94 | 1,31 |
| Wenn ich einen Unfall vom Auto aus beobachte, werde ich langsamer, um besser sehen zu können. | 2,15 | 1,20 |
| Wer sagt, dass er nicht schaulustig ist, lügt. | 3,46 | 1,26 |
| Schaulust ist unethisch und zu Recht verpönt.* | 3,20 | 1,26 |

Der Index Schaulust, der aus den vier Fragen gebildet wird, weist eine Reliabilität von 0,68 auf, dieser Wert ist im akzeptablen Bereich. Der Mittelwert liegt bei 2,83 (SD=0,90). Die Spannweite der Messwerte reicht von 1,00 bis 5,00, das untere Quartil liegt bei 2,25, das obere bei 3,50. Hohe Werte in diesem Index bedeuten eine positivere Haltung zur Schaulust.

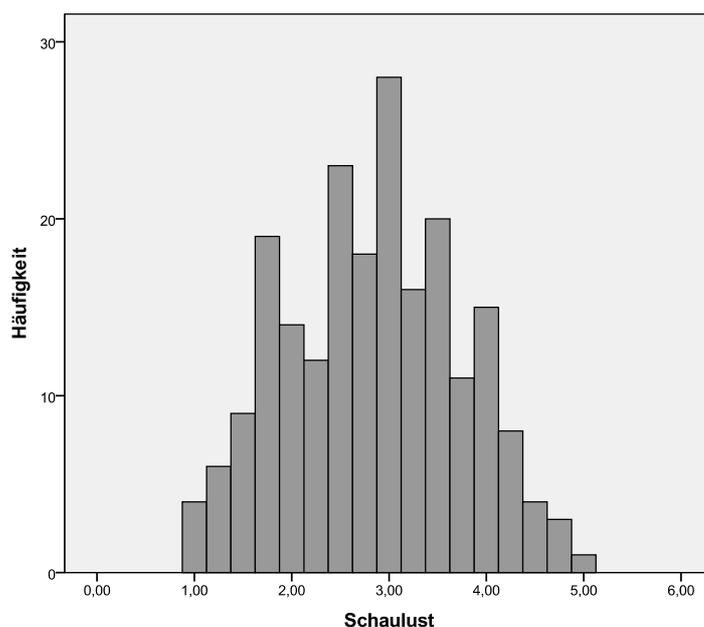


Abbildung 2: Histogramm der Messwertverteilung des Index „Schaulust“ (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu)

13.3 Sensation Seeking

Tabelle 6 gibt einen Überblick über die deskriptiven Statistiken der Gesamtskala sowie der Subskalen zum Sensation Seeking. Der Mittelwert für den Gesamtwert liegt bei 20,83 (SD=6,14) Punkten. Die Spannweite der Messwerte reicht von 5 bis 34 Punkte. Der Median liegt bei 20 Punkten. Die Einteilung in die Gruppe mit „Low Sensation Seeking“ und „High Sensation Seeking“ erfolgt bei einem Cut-Off von 20 Punkten, Personen mit Rohwerten > 20 werden der Gruppe „High Sensation Seeking“ zugeordnet. Die Mittelwerte der Subskalen liegen zwischen 4,10 (Boredom Susceptibility) und 6,67 (Experience Seeking).

Tabelle 7: Mittelwerte der Subskalen Sensation Seeking sowie Gesamtwert Sensation Seeking

| | M | SD |
|------------------------------|-------|------|
| Thrill and Adventure Seeking | 5,20 | 2,47 |
| Disinhibition | 4,86 | 2,53 |
| Experience Seeking | 6,67 | 1,90 |
| Boredom Susceptibility | 4,10 | 1,99 |
| Sensation Seeking Gesamtwert | 20,83 | 6,14 |

13.4 Bewertung der Bilder

Im Folgenden werden nun die Bewertungen der Bilder je Bewertungsstrategie beschrieben.

13.4.1 Uninteressant vs. interessant

Bei der Bewertungskategorie „uninteressant-interessant“. Bekommt die höchste Zustimmung Bild 3 (Frau ohne Blut), der Mittelwert liegt bei 3,95, die zweithöchste Bewertung wird für Bild 4 (Kind ohne Blut) vergeben (M=3,78). Der Unterschied ist signifikant ($p=0,019$; t-Test für abhängige Stichproben). Bild 3 wird somit als am Interessantesten bewertet. Den geringsten Mittelwert bei der Bewertungskategorie „Interessant“ erzielt das Bild 2 (Mann mit Blut), der Mittelwert liegt bei 3,13. Für die Bilder 6 (Kind mit Blut) wird ein Mittelwert von 3,27, für Bild 1 (Kind mit Blut) ein durchschnittlicher Wert von 2,28 berechnet.

Somit zeigt sich, dass Bilder mit Blut, insbesondere wenn Kinder abgebildet werden, am wenigsten Interesse bewirken. Bilder ohne Blut, auf denen Frauen oder Kinder abgebildet sind rufen eher hohes Interesse hervor.

Tabelle 8: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): uninteressant vs. interessant (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu)

| | | M | SD |
|--------|--------------------------------------|------|------|
| Bild 3 | F. (uninteressant/interessant) | 3,95 | 1,13 |
| Bild 4 | K. (uninteressant/interessant) | 3,78 | 1,13 |
| Bild 9 | M., Blut (uninteressant/interessant) | 3,77 | 1,27 |
| Bild 8 | K. (uninteressant/interessant) | 3,59 | 1,23 |
| Bild 5 | F., Blut (uninteressant/interessant) | 3,46 | 1,30 |
| Bild 7 | M., Blut (uninteressant/interessant) | 3,41 | 1,28 |
| Bild 1 | K., Blut (uninteressant/interessant) | 3,28 | 1,24 |
| Bild 6 | K., Blut (uninteressant/interessant) | 3,27 | 1,30 |
| Bild 2 | M., Blut (uninteressant/interessant) | 3,13 | 1,35 |

12.4.2 Nicht grausam vs. grausam

Sehr hohe Zustimmungen bezüglich Grausamkeit bekommen die Bilder 7 (Mann mit Blut; M=4,68), 6 (Kind mit Blut; M=4,58) und Bild 8 (Kind ohne Blut; M=4,52). Bild 7 unterscheidet sich dabei signifikant von Bild 8 ($p < 0,001$), jedoch nicht von Bild 6 ($p = 0,059$; t-Test für abhängige Stichproben). Am wenigsten grausam wird Bild 2 (Mann mit Blut, M=3,10) bewertet. Dieses Bild unterscheidet sich bei $p < 0,001$ signifikant von allen anderen Bildbewertungen t-Test für abhängige Stichproben).

Tabelle 9: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): nicht grausam vs. grausam (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu)

| | | M | SD |
|--------|----------------------------------|------|------|
| Bild 7 | M., Blut (nicht grausam/grausam) | 4,68 | 0,68 |
| Bild 6 | K., Blut (nicht grausam/grausam) | 4,58 | 0,89 |
| Bild 8 | K. (nicht grausam/grausam) | 4,52 | 0,87 |
| Bild 1 | K., Blut (nicht grausam/grausam) | 3,95 | 1,14 |
| Bild 5 | F., Blut (nicht grausam/grausam) | 3,91 | 1,16 |
| Bild 3 | F. (nicht grausam/grausam) | 3,50 | 1,25 |
| Bild 4 | K. (nicht grausam/grausam) | 3,49 | 1,28 |
| Bild 9 | M., Blut (nicht grausam/grausam) | 3,49 | 1,45 |
| Bild 2 | M., Blut (nicht grausam/grausam) | 3,10 | 1,30 |

Bild 6 (Kind mit Blut; $M=2,24$), 8 (Kind ohne Blut; $M=2,27$) und 7 (Mann mit Blut; $M=2,31$) weisen die geringste Zustimmung bezüglich der Bewertungskategorie „unethisch vs. ethisch“ auf. Die Unterschiede zwischen diesen drei Bewertungen sind nicht signifikant ($p=0,666$, Varianzanalyse für Messwiederholungen). Diese drei Bilder werden somit am wenigsten als ethisch bewertet. Die höchste Zustimmung bezüglich Ethik erzielt Bild 3 ($M=3,13$), gefolgt von Bild 4 ($M=3,06$) und Bild 9 ($M=3,03$). Diese drei Bildbewertungen unterscheiden sich ebenfalls nicht signifikant voneinander ($p=0,428$; Varianzanalyse für Messwiederholungen).

Tabelle 10: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): unethisch vs. ethisch (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu)

| | | M | SD |
|--------|------------------------------|------|------|
| Bild 3 | F. (unethisch/ethisch) | 3,13 | 1,06 |
| Bild 4 | K. (unethisch/ethisch) | 3,06 | 1,07 |
| Bild 9 | M., Blut (unethisch/ethisch) | 3,03 | 1,22 |
| Bild 2 | M., Blut (unethisch/ethisch) | 2,88 | 1,10 |
| Bild 5 | F., Blut (unethisch/ethisch) | 2,65 | 1,10 |
| Bild 1 | K., Blut (unethisch/ethisch) | 2,62 | 0,98 |
| Bild 7 | M., Blut (unethisch/ethisch) | 2,31 | 1,18 |
| Bild 8 | K. (unethisch/ethisch) | 2,27 | 1,22 |
| Bild 6 | K., Blut (unethisch/ethisch) | 2,24 | 1,18 |

Bei der Bewertung der Kategorie „unästhetisch vs. ästhetisch“ gibt es nur mit Foto 3 (Frau ohne Blut) nur ein Bild mit einem Mittelwert größer 3 ($M=3,05$). Bild 6 (Kind mit Blut; $M=1,87$), Bild 7 (Mann mit Blut, $M=2,03$) und Bild 8 (Kind ohne Blut, $M=2,09$) werden am Stärksten als unästhetisch empfunden, Bild 6 weist dabei aber nochmals eine signifikante geringere Bewertung als Bild 7 ($p=0,001$) und Bild 8 ($p=0,001$) auf (siehe auch Tabelle 10).

Tabelle 11: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): unästhetisch vs. ästhetisch (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu)

| | | M | SD |
|--------|------------------------------------|------|------|
| Bild 3 | F. (Unästhetisch/ästhetisch) | 3,05 | 1,10 |
| Bild 9 | M., Blut (Unästhetisch/ästhetisch) | 2,73 | 1,18 |
| Bild 2 | M., Blut (Unästhetisch/ästhetisch) | 2,71 | 1,23 |
| Bild 4 | K. (Unästhetisch/ästhetisch) | 2,64 | 0,97 |
| Bild 5 | F., Blut (Unästhetisch/ästhetisch) | 2,48 | 1,02 |
| Bild 1 | K., Blut (Unästhetisch/ästhetisch) | 2,27 | 1,08 |
| Bild 8 | K. (Unästhetisch/ästhetisch) | 2,09 | 1,09 |
| Bild 7 | M., Blut (Unästhetisch/ästhetisch) | 2,03 | 1,03 |
| Bild 6 | K., Blut (Unästhetisch/ästhetisch) | 1,87 | 0,98 |

Die Bilder 6 (Kind mit Blut; M=2,93), 7 (Mann mit Blut; M=2,98) und Bild 2 (Mann mit Blut, M=3.10) werden bei der Bewertungskategorie „schlecht-gut“ am negativsten bewertet. Die Unterschiede zwischen diesen drei Bildern sind in dieser Kategorie nicht signifikant ($p=0,124$, Varianzanalyse für Messwiederholungen). Am besten schneiden bei dieser Bewertungskategorie die Bilder 9 (Mann mit Blut; M=3,74), 3 (Frau ohne Blut; M=3,63) und 4 (Kind ohne Blut; M=3,60) ab. Zwischen diesen drei Bildern sind keine signifikanten Unterschiede gegeben ($p=0,256$; Varianzanalyse für Messwiederholungen).

Tabelle 12: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): schlecht vs. gut (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu)

| | | M | SD |
|--------|-------------------------|------|------|
| Bild 9 | M., Blut (schlecht/Gut) | 3,74 | 1,18 |
| Bild 3 | F. (schlecht/Gut) | 3,63 | 1,16 |
| Bild 4 | K. (schlecht/Gut) | 3,60 | 1,05 |
| Bild 5 | F., Blut (schlecht/Gut) | 3,21 | 1,22 |
| Bild 8 | K. (schlecht/Gut) | 3,21 | 1,32 |
| Bild 1 | K., Blut (schlecht/Gut) | 3,17 | 1,18 |
| Bild 2 | M., Blut (schlecht/Gut) | 3,10 | 1,17 |
| Bild 7 | M., Blut (schlecht/Gut) | 2,98 | 1,21 |
| Bild 6 | K., Blut (schlecht/Gut) | 2,93 | 1,27 |

Am Geschmacklosesten werden die Bilder 6 (Kind mit Blut, $M=3,78$), 8 (Kind ohne Blut; $M=3,72$) und 7 (Mann mit Blut; $M=3,62$) bewertet, die Unterschiede in den Bewertungen dieser drei Bilder sind als nicht signifikant zu klassifizieren ($p=0,092$). Am wenigsten geschmacklos werden die Bilder 3 (Frau ohne Blut; $M=2,58$); 9 (Mann mit Blut; $M=2,64$), 4 (Kind ohne Blut; $M=2,67$) und 2 (Mann mit Blut; $M=2,75$) eingestuft.

Die Unterschiede zwischen diesen vier Bildern sind als nicht signifikant zu bewerten ($p=0,297$; Varianzanalyse für Messwiederholungen).

Tabelle 13: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): nicht geschmacklos vs. geschmacklos (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu)

| | | M | SD |
|--------|--|------|------|
| Bild 6 | K., Blut (nicht geschmacklos/geschmacklos) | 3,78 | 1,32 |
| Bild 8 | K. (nicht geschmacklos/geschmacklos) | 3,72 | 1,29 |
| Bild 7 | M., Blut (nicht geschmacklos/geschmacklos) | 3,62 | 1,24 |
| Bild 5 | F., Blut (nicht geschmacklos/geschmacklos) | 3,12 | 1,27 |
| Bild 1 | K., Blut (nicht geschmacklos/geschmacklos) | 2,90 | 1,15 |
| Bild 2 | M., Blut (nicht geschmacklos/geschmacklos) | 2,75 | 1,21 |
| Bild 4 | K. (nicht geschmacklos/geschmacklos) | 2,67 | 1,20 |
| Bild 9 | M., Blut (nicht geschmacklos/geschmacklos) | 2,64 | 1,35 |
| Bild 3 | F. (nicht geschmacklos/geschmacklos) | 2,58 | 1,14 |

13.4.3 Ranking der Fotos

Zusammenfassend lässt sich die Bewertung der verwendeten World Press Photos wie folgt visuell darstellen:

| Ranking | Bewertung nach Grausamkeit | Bewertung nach Ethik | Bewertung nach Ästhetik |
|---------|---|--|---|
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| 5 |  |  |  |

| | | | |
|---|---|--|---|
| 6 |  |  |  |
| 7 |  |  |  |
| 8 |  |  |  |
| 9 |  |  |  |

Tabelle 14: Ranking der Fotos nach den Bewertungskriterien Grausamkeit, Ethik und Ästhetik

Durch diese Darstellung lässt sich sehr gut erkennen, dass die drei Fotos, die von den Befragten als besonders grausam bewertet wurden, auch als die am unethischsten und unästhetischsten Bilder empfunden wurden.

Generell lässt sich hier der Zusammenhang feststellen, dass die Bewertung von Grausamkeit im Vergleich zu Ethik und Ästhetik gegenläufig zu sein scheint, d.h. je grausamer ein Bild ist, umso negativer wird es hinsichtlich Ethik und Ästhetik bewertet. Des Weiteren lässt sich eine Korrelation zwischen den Bewertungskriterien Ethik und Ästhetik ausmachen. Die Fotos wurden hinsichtlich dieser beiden Kriterien sehr ähnlich bewertet. Somit wurden ethische Bilder auch eher als ästhetisch bewertet und umgekehrt.

14 AUSWERTUNG DER HYPOTHESEN

Hypothese 1: Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Sensation Seeking und der Bewertung grausamer Pressefotos.

Hypothese 1a: Je stärker das Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking ausgeprägt ist, umso weniger grausam werden grausame Pressefotos eingeschätzt.

Hypothese 1b: Je stärker das Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking ausgeprägt ist, umso ästhetischer werden grausame Pressefotos eingeschätzt.

Die Auswertung dieser Zusammenhangshypothesen erfolgt mittels Berechnung einer Pearson Produktmomentkorrelation.

Zuerst werden die Zusammenhänge für die über alle Bilder aggregierten Bewertungen durchgeführt. Mit der Bewertungskategorie „uninteressant vs. interessant“ ist ein signifikanter Zusammenhang gegeben ($r=0,211$). Je höher die Ausprägung im Sensation Seeking ist, desto interessanter werden auch die Bilder bewertet.

Mit der Bewertungskategorie „nicht grausam vs. grausam“ ist ebenfalls ein signifikanter Zusammenhang belegbar ($r=-0,163$). Mit steigenden Werten im Sensation Seeking werden die Bilder weniger grausam bewertet.

Auch der Zusammenhang mit der Bewertungskategorie „unethisch-ethisch“ ist signifikant ($r=0,175$). Personen mit einer höheren Ausprägung im Sensation Seeking bewerten die ausgewählten Pressefotos ethischer.

Die Korrelation von Sensation Seeking und der Bewertungskategorie „unästhetisch-ästhetisch“ ist nicht signifikant ($r=0,124$, $p=0,074$). Sehr wohl findet sich aber wieder ein Zusammenhang mit „schlecht vs. gut“ ($r=0,159$) und „nicht geschmacklos-geschmacklos“ ($r=-0,238$). Personen mit höheren Werten im Sensation Seeking bewerten die Bilder besser bzw. weniger geschmacklos.

Die gefundenen signifikanten Korrelationskoeffizienten sind alle durchgehend als eher klein zu bewerten, der maximale erklärte Varianzanteil der Bewertung durch das Sensation Seeking liegt bei rund 6%.

Tabelle 15: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über alle Arten von Subjekten)

| | r | p | n |
|---------------------|--------|-------|-----|
| Gesamt-interessant | 0,211 | 0,002 | 211 |
| Gesamt-grausam | -0,163 | 0,018 | 211 |
| Gesamt-ethisch | 0,176 | 0,010 | 211 |
| Gesamt-ästhetisch | 0,124 | 0,071 | 211 |
| Gesamt-Gut | 0,159 | 0,021 | 211 |
| Gesamt-geschmacklos | -0,238 | 0,000 | 211 |

Bei der Bewertung der Bilder mit Blut ist bei den Bewertungskategorien „uninteressant – interessant ($r=0,191$), „nicht grausam vs. grausam“ ($r=-0,188$), „unethisch vs. ethisch“ ($r=0,184$) und „nicht geschmacklos vs. geschmacklos“ ($r=-0,245$) ein signifikanter Zusammenhang mit dem Sensation Seeking gegeben. Je höher die Werte im Sensation Seeking ist, desto interessanter werden Pressefotos mit Blut beurteilt, desto weniger grausam, desto ethischer und desto weniger geschmacklos. Aber auch hier gilt, dass die gefundenen Korrelationskoeffizienten als eher klein zu bewerten sind. Die erklärten Varianzen durch das Sensation Seeking liegen bei maximal 6%.

Tabelle 16: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über alle Bilder mit Blut)

| | r | p | n |
|-------------------|--------|-------|-----|
| Blut-Interessant | 0,191 | 0,005 | 211 |
| Blut-Grausam | -0,188 | 0,006 | 211 |
| Blut-Ethisch | 0,184 | 0,008 | 211 |
| Blut-Ästhetisch | 0,112 | 0,106 | 211 |
| Blut-Gut | 0,132 | 0,055 | 211 |
| Blut-Geschmacklos | -0,245 | 0,000 | 211 |

Die Korrelation mit der Bewertungskategorie „unästhetisch vs. ästhetisch“ ist auch bei der Bewertung der Bilder mit Blut nicht signifikant ($r=0,112$; $p=0,106$), im Gegensatz zur Bewertung über alle Bilder ist die Kategorie „schlecht vs. gut“ bei den Bildern mit Blut aber nicht signifikant ($r=0,132$; $p=0,055$).

Tabelle 17: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über alle Bilder ohne Blut)

| | r | p | n |
|------------------------|--------|-------|-----|
| Ohne Blut-Interessant | 0,211 | 0,002 | 211 |
| Ohne Blut-Grausam | -0,083 | 0,228 | 211 |
| Ohne Blut-Ethisch | 0,140 | 0,042 | 211 |
| Ohne Blut-Ästhetisch | 0,125 | 0,069 | 211 |
| Ohne Blut-Gut | 0,184 | 0,007 | 211 |
| Ohne Blut-Geschmacklos | -0,193 | 0,005 | 211 |

Auch die Bewertung der Kinderfotos mit Blut ergeben sich ähnliche Resultate. Signifikante positive Korrelationen sind gegeben mit den Dimensionen „interessant“ ($r=0,161$) und ethisch ($r=0,171$), negativ sind die Zusammenhänge mit grausam ($r=-0,169$) und geschmacklos ($r=-0,229$). Personen mit höheren Werten im Sensation Seeking bewerten Kinderbilder mit Blut interessanter und auch ethischer und finden diese Bilder weniger grausam und weniger geschmacklos. Die Stärke des Zusammenhangs ist aber auch hier eher als gering zu bezeichnen.

Tabelle 18: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über Kinderbilder mit Blut)

| | r | p | n |
|--------------------------------|--------|-------|-----|
| Kinderfotos: Blut-Interessant | 0,161 | 0,019 | 211 |
| Kinderfotos: Blut-Grausam | -0,169 | 0,014 | 211 |
| Kinderfotos: Blut-Ethisch | 0,171 | 0,013 | 211 |
| Kinderfotos: Blut-Ästhetisch | 0,123 | 0,074 | 211 |
| Kinderfotos: Blut-Gut | 0,083 | 0,229 | 211 |
| Kinderfotos: Blut-Geschmacklos | -0,229 | 0,001 | 211 |

Bei den Frauenbildern mit Blut korrelieren nur die Bewertungskategorie „Interessant“ ($r=0,144$) und „geschmacklos“ ($r=-0,186$). Aber auch diese Korrelationen sind numerisch deutlich geringer als die zuvor berichteten Zusammenhänge.

Tabelle 19: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über Frauenbilder mit Blut)

| | r | p | n |
|--------------------------------|--------|-------|-----|
| Frauenfotos: Blut-Interessant | 0,144 | 0,037 | 211 |
| Frauenfotos: Blut-Grausam | -0,022 | 0,748 | 211 |
| Frauenfotos: Blut-Ethisch | 0,119 | 0,084 | 211 |
| Frauenfotos: Blut-Ästhetisch | 0,034 | 0,622 | 211 |
| Frauenfotos: Blut-Gut | 0,087 | 0,209 | 211 |
| Frauenfotos: Blut-Geschmacklos | -0,186 | 0,007 | 211 |

Bei den Männerbildern mit Blut sind bis auf die Bewertungskategorie „ästhetisch“ durchgehend signifikante Zusammenhänge mit dem Sensation Seeking beobachtbar. Männerbilder mit Blut werden von Personen mit höherem Sensation Seeking als interessanter, weniger grausam, ethischer, besser und weniger geschmacklos bewertet (siehe Tabelle 18).

Tabelle 20: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über Männerbilder mit Blut)

| | r | p | n |
|--------------------------------|--------|-------|-----|
| Männerfotos: Blut-Interessant | 0,179 | 0,009 | 211 |
| Männerfotos: Blut-Grausam | -0,208 | 0,002 | 211 |
| Männerfotos: Blut-Ethisch | 0,164 | 0,017 | 211 |
| Männerfotos: Blut-Ästhetisch | 0,104 | 0,134 | 211 |
| Männerfotos: Blut-Gut | 0,145 | 0,036 | 211 |
| Männerfotos: Blut-Geschmacklos | -0,223 | 0,001 | 211 |

Hypothese 2: Die Abbildung von Kindern auf grausamen Pressefotos führt zu deutlich negativeren Bewertungen, als die Abbildung von Frauen oder Männern.

Die Auswertung dieser Hypothese erfolgt für jede Bewertungskategorie getrennt mittels Varianzanalyse für Messwiederholungen, bei signifikanten Ergebnissen wird ein Posthoc Vergleich nach Bonferoni durchgeführt. Zuerst erfolgt eine Überprüfung der Hypothese für Bilder mit Blut, anschließend werden die Unterschiede bei Bildern ohne Blut analysiert.

Die Bewertung bei der Bewertungskategorie „interessant“ bei Bildern mit Blut unterscheidet sich signifikant nach der dargestellten Person ($p=0,016$). Bei Bildern mit Männern liegt der Mittelwert bei 3,43 ($SD=0,94$), für die Frauenfotos mit Blut wird ein Mittelwert von 3,46 ($SD=1,30$) errechnet, der Mittelwert für die Kinderfotos hat einen Wert von 3,27 ($SD=1,10$). Posthoc Vergleiche zeigen nun, dass sich die Kinderfotos signifikant von den Frauenfotos ($p=0,012$) und den Männerfotos unterscheiden ($p=0,040$). Der Unterschied zwischen den Fotos von Männern und Frauen ist nicht signifikant ($p=1$). Kinderfotos mit Blut werden somit weniger interessant bewertet als Fotos von Männern bzw. Frauen mit Blut.

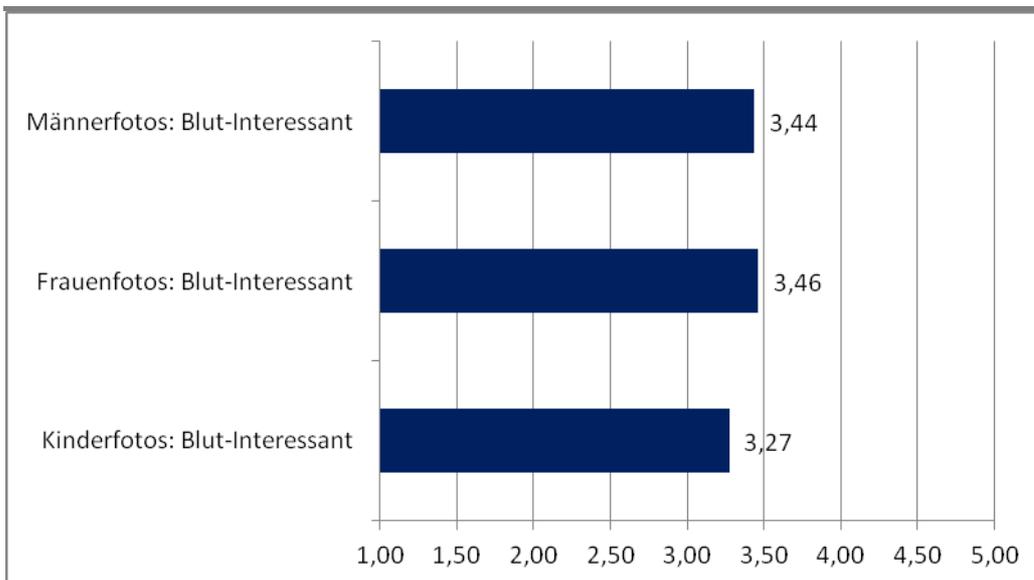


Abbildung 3: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): uninteressant vs. interessant (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Bei der Bewertungskategorie unterscheiden sich die Bilder ebenfalls signifikant nach der dargestellten Person ($p<0,001$). Die Grausamkeit wird bei den Kinderbildern mit Blut am höchsten bewertet ($M=4,26$; $SD=0,87$), für die Frauen ergibt sich ein Mittelwert von 3,91 ($SD=1,16$), jener der Männer liegt bei 3,76 ($SD=0,86$).

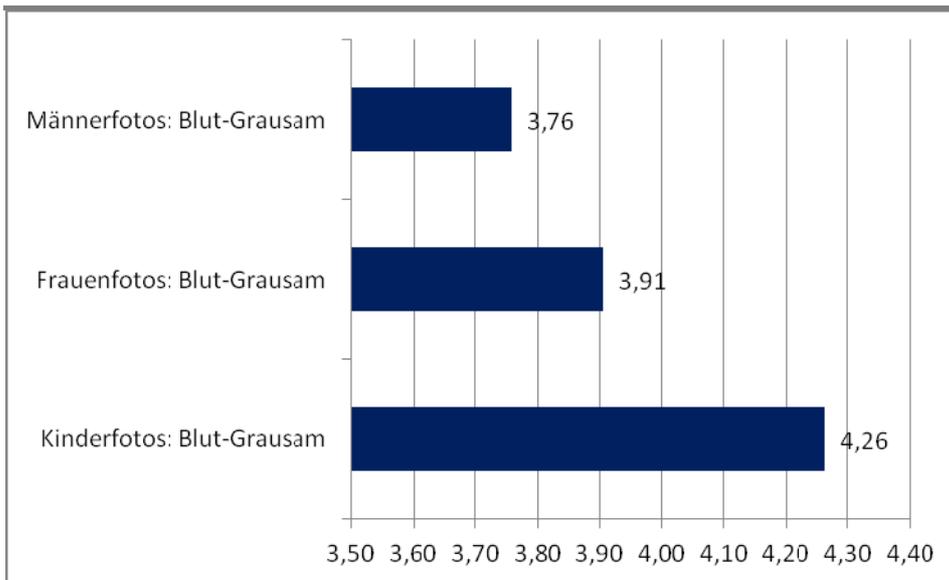


Abbildung 4: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): nicht grausam vs. grausam (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Posthoc Tests zeigen nun, dass die Unterschiede zwischen den Frauenbildern und Männerbildern nicht signifikant sind ($p=0,137$), die Bewertung der Kinderfotos in puncto Grausamkeit jedoch deutlich höher ist als bei Männern ($p<0,001$) und bei Frauen ($p<0,001$).

Auch bei der Bewertungskategorie „ethisch“ sind signifikante Unterschiede zwischen den dargestellten Personen auf den Bildern belegbar ($p<0,001$). Der Mittelwert für Kinderfotos ist mit 2,43 ($SD=0,93$) am niedrigsten, für Frauenbilder mit Blut wird ein Mittelwert von 2,65 ($SD=1,10$) berechnet, für die Darstellung von Männern ergibt sich ein Mittelwert von 2,74 ($SD=0,91$). Die Einzelvergleiche nach Bonferoni belegen nun wieder signifikante Unterschiede der Kinderbilder zu den Darstellungen von Frauen ($p=0,002$) und Männern ($p<0,001$). Der Unterschied zwischen Männer- und Frauenbildern ist auch bei der Bewertungskategorie „ethisch“ nicht signifikant ($p=0,643$).

Grausame Darstellungen von Kindern mit Blut werden somit als unethischer als ähnliche Darstellung von Männern und Frauen bewertet.

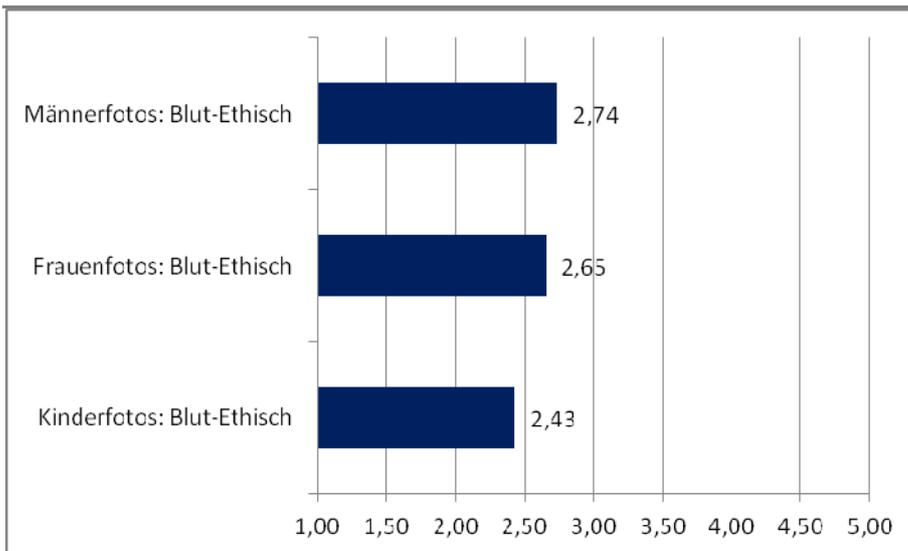


Abbildung 5: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): unethisch vs. ethisch (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Bei der Bewertung der Ästhetik ist ebenfalls ein signifikanter Unterschied zwischen den drei Personengruppen gegeben ($p < 0,001$). Die geringste Ästhetik weisen Abbildungen mit blutenden Kindern auf ($M = 2,07$; $SD = 0,86$), der Mittelwert für Frauendarstellungen liegt bei $2,48$ ($SD = 1,02$), für die Männer wird ein Durchschnittswert von $2,49$ ($SD = 0,90$) berechnet. Die Posthoc Tests belegen, dass sich die Kinderbilder signifikant von den Frauenbildern ($p < 0,001$) und den Männerbildern ($p < 0,001$) unterscheiden. Der Unterschied zwischen Darstellungen von Frauen und Männern ist hingegen nicht signifikant ($p = 1$). Kinderbilder werden somit als weniger ästhetisch bewertet als Bilder von Männern und Frauen.

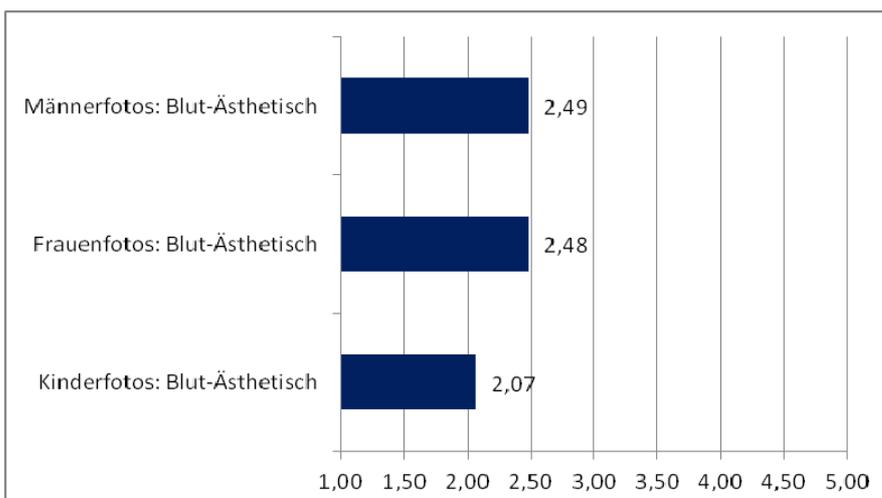


Abbildung 6: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): unästhetisch vs. ästhetisch (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Auch bei der Bewertung der Dimension „schlecht-gut“ sind signifikante Unterschiede nach den dargestellten Personen gegeben ($p = 0,006$).

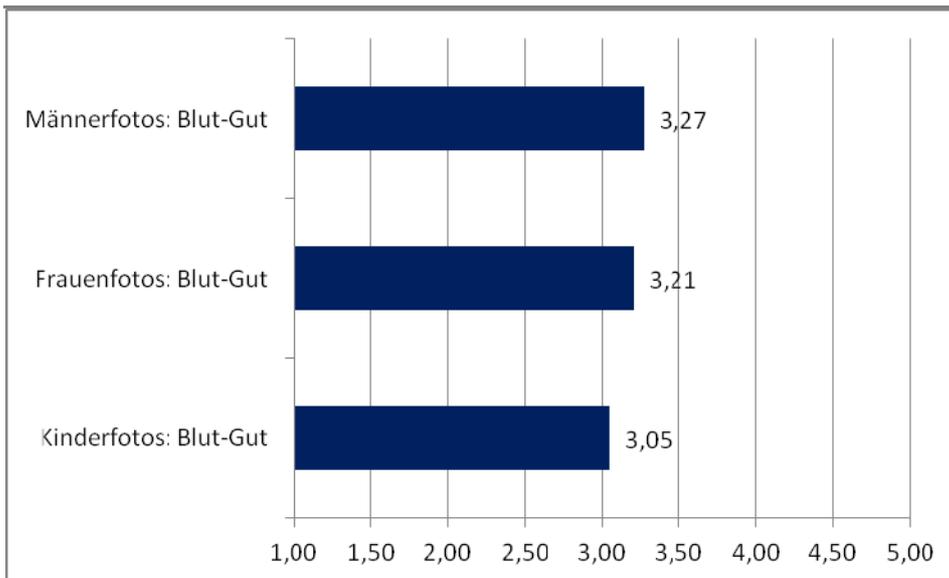


Abbildung 7: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): schlecht vs. gut (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Bilder von Kindern werden mit einem durchschnittlichen Wert von 3,05 (SD=1,04) am schlechtesten bewertet, der Mittelwert für diese Bewertung bei Männerfotos liegt bei 3,27 (SD=0,91), für Frauen wird ein mittlerer Wert von 3,21 (SD=1,22) berechnet. Posthoc Tests belegen nur einen Unterschied zwischen der Bewertung der Kinderbilder und der Männerbilder ($p=0,001$). Der Unterschied zwischen Frauen und Kinderbildern ist als nicht signifikant einzustufen ($p=0,122$), jener zwischen Frauen und Männern ebenfalls ($p=1$). Kinderbilder werden somit signifikant schlechter bewertet als Männerbilder.

Ein hoch signifikanter Unterschied existiert auch bei der Einschätzung der Geschmacklosigkeit in Abhängigkeit der dargestellten Person ($p<0,001$). Die Darstellung von blutenden Kindern wird am Geschmacklosesten empfunden ($M=3,34$; $SD=1,04$). Für die Frauenfotos liegt der Mittelwert bei 3,12 ($SD=1,27$), bei den männlichen Abbildungen ergibt sich ein Mittelwert von 3,00 ($SD=0,98$). Posthoc Tests nach Bonferoni zeigen wieder, dass die Bewertung der Kinderbilder signifikant unterschiedlich von jener der Frauen ($p=0,006$) und jener der Männer ist ($p<0,001$). Bei männlichen und weiblichen Dargestellten liegt hingegen kein Unterschied vor ($p=0,277$). Kinderbilder werden als geschmackloser empfunden als Darstellungen von blutenden Männern oder Frauen.

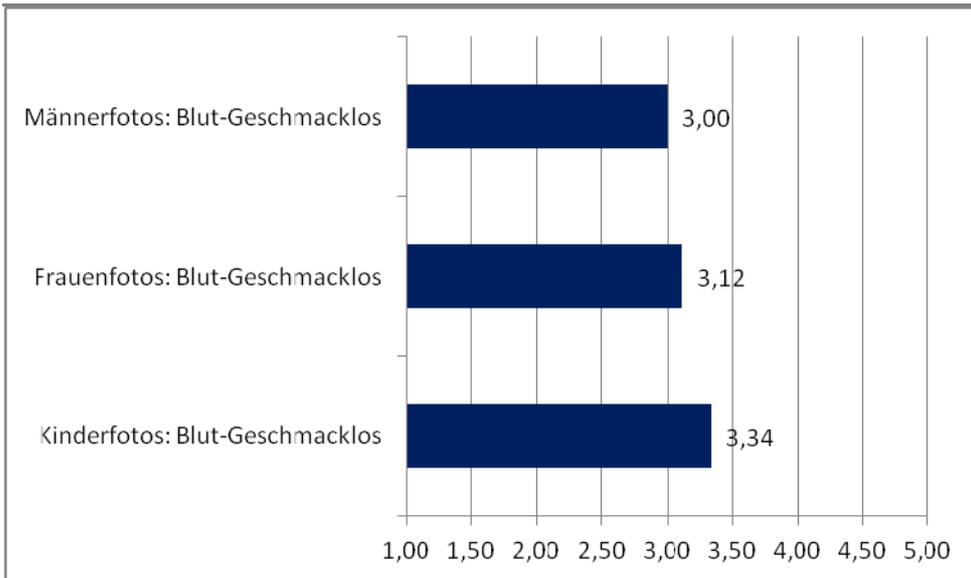


Abbildung 8: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): nicht geschmacklos vs. geschmacklos (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Im Folgenden werden nun die Bilder ohne Blut nach dargestellten Personen verglichen. Die Vergleiche beziehen nur Frauen- und Kinderbilder ein, da keine Männerbilder ohne Blut zur Bewertung vorlagen.

Frauenfotos ohne Blut werden signifikant interessanter bewertet als Kinderfotos ohne Blut ($p < 0,001$). Für die Darstellungen von Frauen liegt der Mittelwert bei 3,95 (SD=1,13), für die Kinderdarstellungen wird ein Mittelwert von 3,68 (SD=1,03) berechnet.

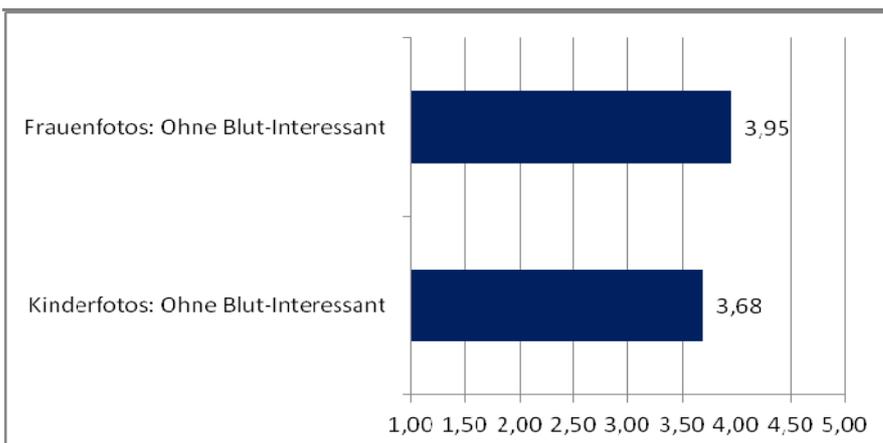


Abbildung 9: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): uninteressant vs. interessant (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Auch bei der Bewertung der Grausamkeit der Darstellung ist ein signifikanter Unterschied belegbar ($p < 0,001$). Kinderbilder ohne Blut werden als grausamer eingestuft als Frauenbilder ohne Blut. Für die Darstellung von Kindern ergibt sich ein Mittelwert von 4,00 ($SD = 0,87$), für die weiblichen Darstellungen liegt der Mittelwert bei 3,50 ($SD = 1,25$).

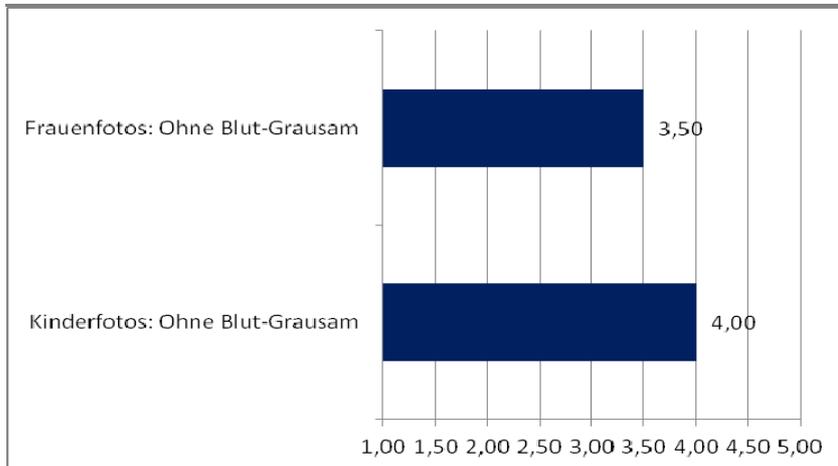


Abbildung 10: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): nicht grausam vs. grausam (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Auch die Bewertung der Ethik unterscheidet sich signifikant in Abhängigkeit davon, ob eine Frau oder ein Kind dargestellt wird ($p < 0,001$). Für Abbildungen von Kindern wird ein Mittelwert von 2,67 ($SD = 0,97$) ermittelt, der durchschnittliche Wert bei den Frauenbildern liegt bei 3,13 ($SD = 1,06$). Frauenbilder ohne Blut werden also als ethischer wahrgenommen als Kinderbilder.

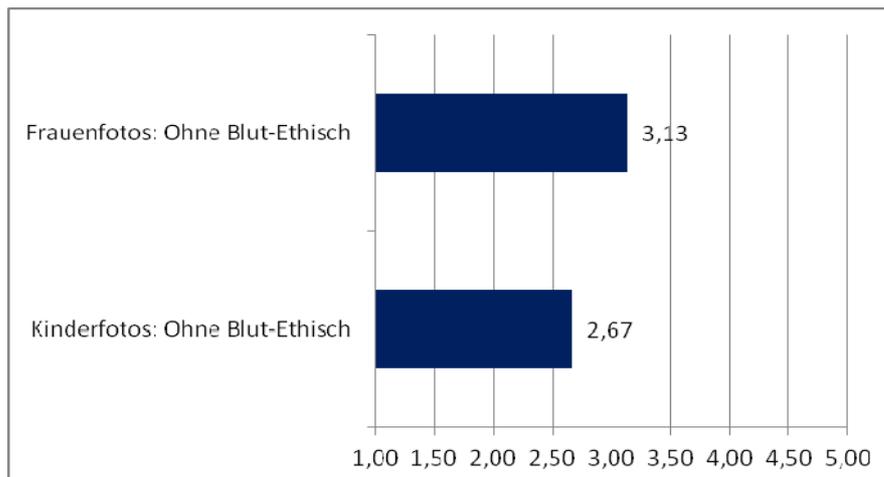


Abbildung 11: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): unethisch vs. ethisch (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Hoch signifikante Unterschiede sind auch bei der Bewertung der Dimension „Ästhetik“ gegeben ($p < 0,001$). Fotografien von Kindern werden deutlich weniger ästhetisch bewertet als Fotos von Frauen. Für Kinderbilder liegt der Mittelwert bei dieser Bewertungskategorie nur bei 2,36 ($SD=0,89$); bei den Frauenfotos wird ein Mittelwert von 3,05 ($SD=1,10$) ermittelt.

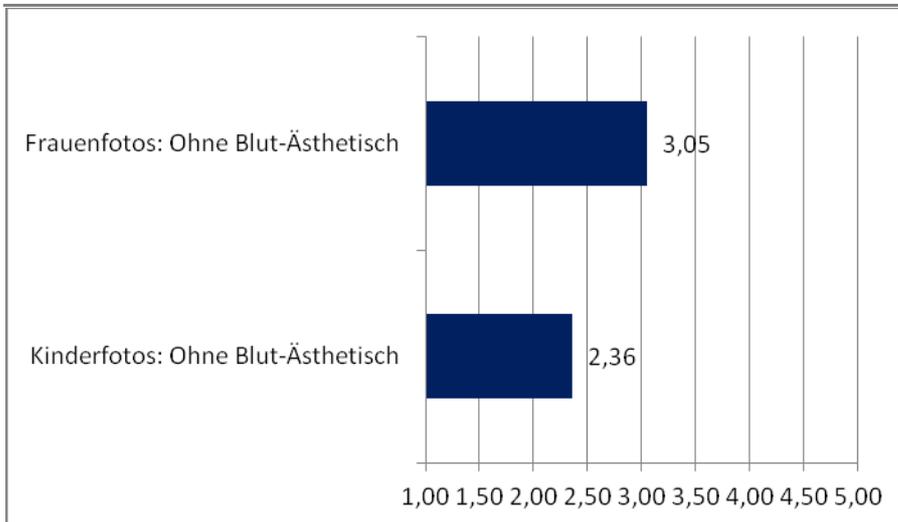


Abbildung 12: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): unästhetisch vs. ästhetisch (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Bei der Bewertung der Dimensionen „schlecht-gut“ tritt auch ein signifikanter Unterschied auf ($p=0,002$). Frauenfotos werden mit einem Mittelwert von 3,63 ($SD=1,16$) besser bewertet als Kinderbilder, hier liegt der Mittelwert bei 3,41 ($SD=1,02$).

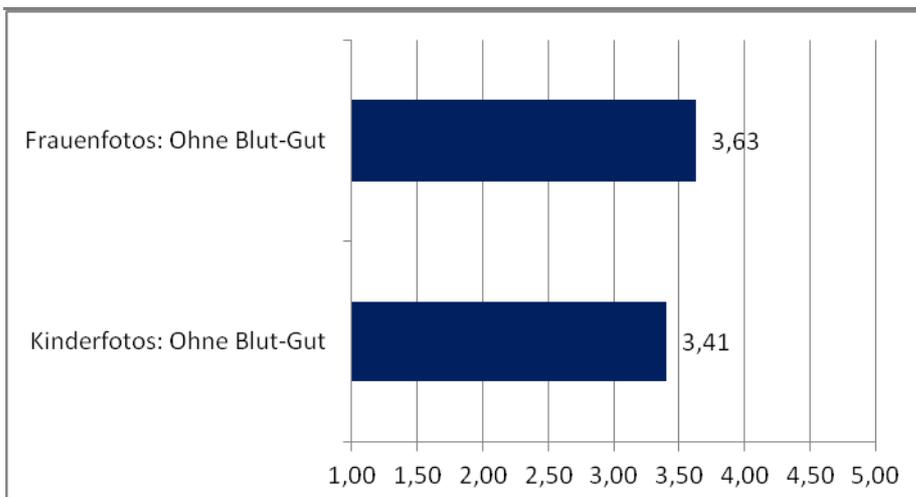


Abbildung 13: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): schlecht vs. gut (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Die Bilder von Kindern werden deutlich stärker als geschmacklos assoziiert als Bilder von Frauen ($p < 0,001$). Der Mittelwert für die Darstellungen von Kindern liegt bei 2,58 ($SD=1,14$), für Frauenbilder wird ein durchschnittlicher Wert von 3,19 ($SD=1,07$) berechnet.

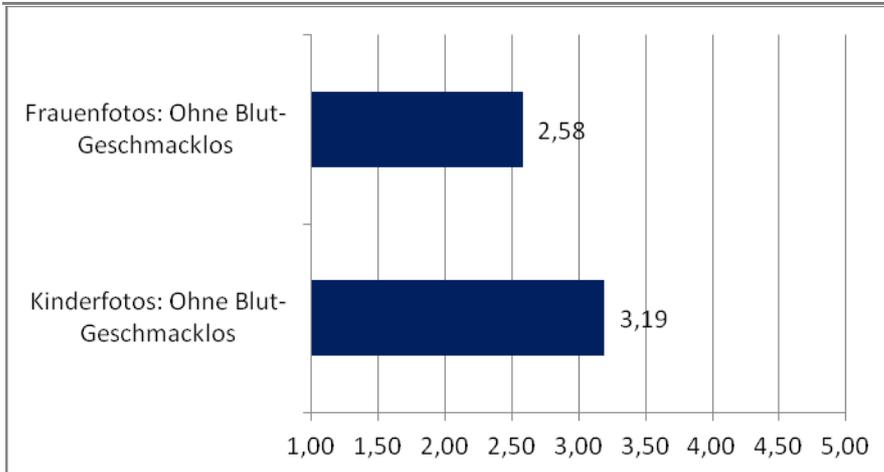


Abbildung 14: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): nicht geschmacklos vs. geschmacklos (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

Hypothese 3: Je stärker das Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking ausgeprägt ist, umso weniger negativ wird Schaulust bewertet.

Zwischen Ausprägung der Schaulust und Sensation Seeking zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang ($r=0,172$). Je stärker das Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto stärker ist auch die Schaulust. Mit den Subskalen des Sensation Seeking korreliert die Schaulust nur mit „Disinhibition“ ($r=0,207$) signifikant. Die Stärke der Korrelation ist jedoch als eher gering zu bewerten, es können maximal 4% an Varianz der Schaulust durch das Sensation Seeking erklärt werden.

Tabelle 21: Korrelationen von Sensation Seeking Gesamtwert sowie den Subskalen mit dem Index Schaulust

| | r | p | n |
|------------------------------|------|------|-----|
| Sensation Seeking Gesamtwert | ,172 | ,012 | 211 |
| Thrill and Adventure Seeking | ,045 | ,513 | 211 |
| Disinhibition | ,207 | ,003 | 211 |
| Experience Seeking | ,134 | ,052 | 211 |
| Boredom Susceptibility | ,083 | ,228 | 211 |

Hypothese 4: Pressefotos mit der Abbildung von Blut werden, im Unterschied zu Pressefotos ohne Blut, stärker nach inhaltlichen als nach ästhetischen Kriterien bewertet.

Diese Auswertung erfolgt mittels t-Test für abhängige Stichproben, die Bewertungskategorie „unethisch-ethisch“ wird umgepolt, so dass bei hohen Werten eine unethische Bewertung damit verbunden ist.

Bei den Pressefotos mit Blut weist die inhaltliche Bewertungskategorie „interessant“ (M=3,39) die höchste Bewertung auf, die Kategorie „Ästhetik“ (M=2,35) die niedrigste. Die visuelle Bewertungskategorie „Gut“ hat den dritthöchsten Mittelwert (M=3,19), die Kategorie unethisch weist die zweithöchste Bewertung auf. Durch die paarweisen Einzelvergleiche mittels t-Test kann nun gezeigt werden, dass die Unterschiede bis auf den Vergleich „gut vs. ethisch“ ($p=0,176$) alle signifikant ($p<0,018$) sind.

Für Bilder mit Blut gilt also, dass inhaltliche Kriterien eher stärker bewertet werden als ästhetische Kriterien. Bei Bildern ohne Blut weist die inhaltliche Kategorie interessant ebenfalls die höchste Bewertung (M=3,77) auf, an zweiter Stelle liegt hier allerdings die der ästhetischen Bewertungskategorie zugeordnete Dimension „gut“ mit einem Mittelwert von 3,48. Die Bewertungskategorie unethisch weist einen Mittelwert von 3,18 auf, für ästhetisch ergibt sich ein Mittelwert von 2,59.

Die paarweisen Einzelvergleiche führen aber zu dem gleichen Ergebnis wie bei den Bildern mit Blut, es wird auch bei diesen Bildern stärker die inhaltliche Komponente bewertet als die ästhetische.

Tabelle 22: Mittelwerte für inhaltliche und ästhetische Kriterien für Bilder mit und ohne Blut (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

| | Ohne Blut | | Mit Blut | |
|-------------|-----------|------|----------|------|
| | M | SD | M | SD |
| Interessant | 3,77 | 0,96 | 3,39 | 0,91 |
| Unethisch | 3,18 | 0,88 | 3,38 | 0,81 |
| Ästhetisch | 2,59 | 0,81 | 2,35 | 0,79 |
| Gut | 3,48 | 0,95 | 3,19 | 0,85 |

Hypothese 5: High Sensation Seeker bewerten grausame Pressefotos auf denen Blut zu sehen ist, positiver als grausame Pressefotos ohne Blut.

Die Auswertung dieser Hypothese erfolgt mittels zweifaktorieller Varianzanalyse für Messwiederholungen, der erste Faktor ist der Messwiederholungsfaktor (also Bilder mit Blut vs. Bilder ohne Blut, der zweite Faktor ist die Ausprägung des Sensation Seeking (low vs. high). Da keine Bilder von Männern ohne Blut vorliegen, werden Bilder von Männern bei der Auswertung dieser Hypothese nicht berücksichtigt.

Bei allen Bewertungsdimensionen finden sich signifikante Unterschiede zwischen Bildern mit und Bildern ohne Blut (alle $p < 0,001$). Bilder mit Blut werden weniger interessant, weniger ethisch, weniger ästhetisch und weniger gut beurteilt, dafür aber als grausamer und geschmackloser (siehe Tabelle 21).

Tabelle 23: Mittelwerte für inhaltliche und ästhetische Kriterien für Bilder mit und ohne Blut (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)

| | Ohne Blut | | Mit Blut | | p |
|--------------|-----------|------|----------|------|--------|
| | M | SD | M | SD | |
| Interessant | 3,77 | 0,96 | 3,34 | 1,04 | <0,001 |
| Grausam | 3,84 | 0,88 | 4,14 | 0,84 | <0,001 |
| Ethisch | 2,82 | 0,88 | 2,51 | 0,88 | <0,001 |
| Ästhetisch | 2,59 | 0,81 | 2,21 | 0,82 | <0,001 |
| Gut | 3,48 | 0,95 | 3,10 | 0,96 | <0,001 |
| Geschmacklos | 2,99 | 0,96 | 3,27 | 1,01 | <0,001 |

Die Unterschiede, die zwischen den Bildern mit Blut und ohne Blut gefunden werden, sind bei Personen mit niedrigem bzw. hohem Sensation Seeking in gleicher Weise vorhanden, bei keiner einzigen Bewertungskategorie ist ein signifikantes Ergebnis gegeben (siehe dazu auch Tabelle 22). Sensation Seeker zeigen somit keine vergleichsweise positivere Bewertung bei Fotos mit Blut gegenüber Bildern ohne Blut als Personen mit geringerer Ausprägung im Sensation Seeking.

Tabelle 24: Mittelwerte der Bewertung der Bilder mit und ohne Blut, getrennt nach Low und High Sensation Seekers

| | Ohne Blut | | | | Mit Blut | | | | p |
|--------------|-----------|------|-----------|------|----------|------|-----------|------|-------|
| | Low S.S. | | High S.S. | | Low S.S. | | High S.S. | | |
| | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD | |
| Interessant | 3,57 | 0,97 | 3,93 | 0,93 | 3,17 | 1,07 | 3,46 | 1,01 | 0,584 |
| Grausam | 3,92 | 0,84 | 3,77 | 0,90 | 4,20 | 0,71 | 4,10 | 0,92 | 0,683 |
| Ethisch | 2,75 | 0,80 | 2,88 | 0,93 | 2,38 | 0,86 | 2,60 | 0,90 | 0,368 |
| Ästhetisch | 2,57 | 0,80 | 2,61 | 0,83 | 2,17 | 0,84 | 2,23 | 0,80 | 0,880 |
| Gut | 3,32 | 0,94 | 3,61 | 0,95 | 2,97 | 0,98 | 3,20 | 0,94 | 0,594 |
| Geschmacklos | 3,10 | 0,93 | 2,90 | 0,98 | 3,41 | 1,01 | 3,15 | 1,00 | 0,571 |

Hypothese 6: Sowohl Männer als auch Frauen beurteilen die Abbildung von verletzten oder toten Frauen und Kindern negativer, als ähnliche Abbildungen von Männern.

Die Unterschiede bei den Bewertungen nach der Darstellung von Personen wurden bereits in Hypothese 2 ausführlich gezeigt. Hier wird nun überprüft, ob diese Unterschiede bei Männern und Frauen in gleicher Weise vorhanden sind.

Die Auswertung erfolgt mittels zweifaktorieller Varianzanalyse für Messwiederholungen, der erste Faktor ist die wiederholte Messung der Bewertungskriterien bei den Darstellungen von Männern, Frauen und Kinder, der unabhängige Faktor ist das Geschlecht.

Diese Annahme kann bestätigt werden, es finden sich wieder bei keiner Bewertungskategorie signifikante Unterschiede zwischen der Darstellung der Personen in Abhängigkeit vom Geschlecht (interessant: $p=0,074$; grausam: $p=0,312$; ethisch: $p=0,065$; ästhetisch: $p=0,927$; gut: $p=0,891$ und geschmacklos: $p=0,764$). Die entsprechenden deskriptiven Statistiken können Tabelle 23 entnommen werden.

Tabelle 25: Mittelwerte und Standardabweichung für die Bewertung der Pressefotos mit Blut bei Kindern, Frauen und Männer

| | Fotos mit Kindern | | | | Fotos mit Frauen | | | | Fotos mit Männern | | | |
|--------------|-------------------|------|----------|------|------------------|------|----------|------|-------------------|------|----------|------|
| | Weiblich | | Männlich | | Weiblich | | Männlich | | Weiblich | | Männlich | |
| | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| Interessant | 3,35 | 1,13 | 3,24 | 1,09 | 3,32 | 1,34 | 3,52 | 1,28 | 3,33 | 0,97 | 3,50 | 0,93 |
| Grausam | 4,43 | 0,71 | 4,21 | 0,90 | 3,96 | 1,18 | 3,87 | 1,15 | 3,97 | 0,84 | 3,66 | 0,86 |
| Ethisch | 2,22 | 0,78 | 2,53 | 0,98 | 2,63 | 1,16 | 2,68 | 1,08 | 2,49 | 0,91 | 2,87 | 0,89 |
| Ästhetisch | 1,95 | 0,80 | 2,13 | 0,89 | 2,38 | 0,97 | 2,51 | 1,03 | 2,36 | 0,91 | 2,55 | 0,90 |
| Gut | 2,94 | 1,05 | 3,10 | 1,04 | 3,11 | 1,24 | 3,24 | 1,21 | 3,14 | 0,94 | 3,34 | 0,90 |
| Geschmacklos | 3,63 | 0,86 | 3,18 | 1,10 | 3,35 | 1,26 | 2,98 | 1,27 | 3,31 | 0,91 | 2,85 | 0,99 |

Hypothese 7: Personen mit höher ausgeprägtem Interesse an Fotografie bewerten grausame Pressfotos positiver, als Personen mit weniger stark ausgeprägtem Interesse an Fotografie.

Die Auswertung dieser Hypothese erfolgt mittels einfaktorieller Varianzanalyse, bei signifikanten Ergebnissen werden Posthoc-Tests nach Bonferoni durchgeführt.

Bezüglich des Interesses an Fotografie ist bei allen Bewertungskategorien (aggregiert über alle Bilder) ein signifikanter Unterschied gegeben ($p<0,004$).

Bei der Bewertungskategorie interessant unterscheiden sich alle drei Gruppen bei $p<0,012$. Personen mit geringem fotografischem Interesse bewerteten die Bilder am wenigsten interessant, Personen mit stark ausgeprägtem Interesse an Fotografie weisen bei dieser Bewertungskategorie die höchsten Werte auf.

Alle drei Gruppen unterscheiden sich auch bei der Beurteilung von „ethisch“ ($p < 0,012$), „ästhetisch“ ($p < 0,045$) und „gut“ ($p < 0,001$). Probanden mit stark ausgeprägtem Interesse bewerten die Bilder dabei in den genannten Kategorien immer am höchsten, Personen mit geringem Interesse am niedrigsten.

Bei den Dimensionen „grausam“ unterscheiden sich nur die Gruppen mit geringem Interesse und mittlerem Interesse signifikant ($p = 0,003$). Die Gruppe mit mittlerem Interesse findet die Bilder generell am grausamsten.

Bei der Bewertungskategorie „geschmacklos“ sind nur Unterschiede zwischen der Gruppe mit geringem und hohem Interesse gegeben ($p < 0,001$). Bei hohem Interesse werden die Bilder weniger geschmacklos eingeschätzt als bei niedrigem Interesse.

Tabelle 26: Mittelwerte und Standardabweichungen der Bewertungen, aggregiert über alle Bilder, getrennt nach Interesse an Fotografie

| | Geringes Interesse | | Mittleres Interesse | | Hohes Interesse | | p |
|---------------------|--------------------|------|---------------------|------|-----------------|------|--------|
| | M | SD | M | SD | M | SD | |
| Gesamt-interessant | 3,10 | 0,96 | 3,49 | 0,82 | 4,01 | 0,61 | <0,001 |
| Gesamt-grausam | 4,18 | 0,65 | 3,78 | 0,70 | 3,88 | 0,82 | <0,001 |
| Gesamt-ethisch | 2,24 | 0,72 | 2,74 | 0,70 | 3,08 | 0,82 | <0,001 |
| Gesamt-ästhetisch | 2,11 | 0,71 | 2,45 | 0,74 | 2,74 | 0,66 | <0,001 |
| Gesamt-Gut | 2,77 | 0,92 | 3,30 | 0,73 | 3,80 | 0,60 | <0,001 |
| Gesamt-geschmacklos | 3,70 | 0,80 | 2,95 | 0,80 | 2,68 | 0,85 | <0,001 |

Bei Bildern mit blutigen Inhalten sind ebenfalls bei allen sechs Bewertungskategorie in Abhängigkeit des fotografischen Interesses signifikante Unterschiede belegbar.

Alle drei Gruppen unterscheiden sich bei den Dimensionen „interessant“ ($p < 0,038$) und gut ($p < 0,003$). Personen mit geringem Interesse an Fotografie zeigen die geringste Zustimmung bei den genannten Bewertungen, jene mit hohem Interesse die höchste. Bei

der Dimension „grausam“ unterscheidet sich die Gruppe mit geringem Interesse von jener mit mittlerem ($p = 0,006$), bei geringem fotografischen Interesse werden die Bilder als grausamer wahrgenommen. Bei der Kategorie „ästhetisch“ sind die

Unterschiede zwischen der Gruppe mit geringem Interesse und den beiden anderen Gruppen signifikant ($p < 0,001$). Die Ästhetik der Bilder wird von Probanden mit geringem fotografischem Interesse weniger positiv bewertet. Bei der Dimension „geschmacklos“ weist die Gruppe mit geringem Interesse hingegen eine signifikant höhere Zustimmung ($p < 0,001$) auf als Personen mit mittlerem oder hohem Interesse. Die deskriptiven Statistiken können der Tabelle 25 entnommen werden.

Tabelle 27: Mittelwerte und Standardabweichungen der Bewertungen, aggregiert über Bilder mit Blut, getrennt nach Interesse an Fotografie

| | Geringes Interesse | | Mittleres Interesse | | Hohes Interesse | | |
|--------------|--------------------|------|---------------------|------|-----------------|------|--------|
| | M | SD | M | SD | M | SD | |
| Interessant | 3,01 | 0,97 | 3,37 | 0,88 | 3,83 | 0,71 | <0,001 |
| Grausam | 4,19 | 0,67 | 3,80 | 0,74 | 3,98 | 0,83 | <0,001 |
| Ethisch | 2,18 | 0,79 | 2,68 | 0,69 | 2,98 | 0,85 | <0,001 |
| Ästhetisch | 2,01 | 0,75 | 2,37 | 0,79 | 2,67 | 0,70 | <0,001 |
| Gut | 2,71 | 0,93 | 3,21 | 0,75 | 3,66 | 0,66 | <0,001 |
| Geschmacklos | 3,76 | 0,89 | 2,99 | 0,82 | 2,75 | 0,85 | <0,001 |

Hypothese 8: Personen mit einer grafischen Ausbildung bewerten die Pressfotos positiver als Personen ohne grafische Ausbildung.

Die Auswertung dieser Hypothese erfolgt ebenfalls mit einfaktorielle Varianzanalyse. Zuerst werden Unterschiede bezüglich der Bewertung aller Bilder berechnet, anschließend werden nur Bilder mit blutigem Inhalt analysiert.

Personen mit grafischer Ausbildung zeigen bei keiner der sechs Bewertungskategorien signifikante Unterschiede zu Personen ohne grafische Ausbildung ($p > 0,192$); siehe Tabelle 26. Die deskriptiven Statistiken können nachfolgender Tabelle (Tabelle 26) entnommen werden.

Tabelle 28: Mittelwerte und Standardabweichungen der Bewertungen, aggregiert über alle Bilder, getrennt nach Vorhandensein einer grafischen Ausbildung

| | Grafische Ausbildung | | Keine grafische Ausbildung | | p |
|---------------------|----------------------|------|----------------------------|------|-------|
| | M | SD | M | SD | |
| Gesamt-interessant | 3,58 | 0,59 | 3,51 | 0,90 | 0,685 |
| Gesamt-grausam | 3,73 | 0,65 | 3,94 | 0,74 | 0,192 |
| Gesamt-ethisch | 2,65 | 0,61 | 2,69 | 0,82 | 0,813 |
| Gesamt-ästhetisch | 2,50 | 0,53 | 2,42 | 0,77 | 0,602 |
| Gesamt-Gut | 3,28 | 0,78 | 3,29 | 0,85 | 0,956 |
| Gesamt-geschmacklos | 3,05 | 0,76 | 3,09 | 0,92 | 0,832 |

Auch bei der Bewertung der Bilder mit Blut sind keine statistisch relevanten Unterschiede belegbar (alle $p > 0,438$; siehe Tabelle 27).

Tabelle 29: Mittelwerte und Standardabweichungen der Bewertungen, aggregiert über alle Bilder mit Blut, getrennt nach Vorhandensein einer grafischen Ausbildung

| | Grafische Ausbildung | | Keine grafische Ausbildung | | p |
|--------------|----------------------|------|----------------------------|------|-------|
| | M | SD | M | SD | |
| Interessant | 3,39 | 0,67 | 3,39 | 0,94 | 0,998 |
| Grausam | 3,84 | 0,69 | 3,97 | 0,77 | 0,438 |
| Ethisch | 2,53 | 0,61 | 2,63 | 0,83 | 0,560 |
| Ästhetisch | 2,35 | 0,58 | 2,35 | 0,81 | 0,991 |
| Gut | 3,11 | 0,74 | 3,20 | 0,86 | 0,648 |
| Geschmacklos | 3,14 | 0,79 | 3,13 | 0,95 | 0,970 |

Hypothese 9: High Sensation Seeker finden die Darstellung von Opfern auf Pressefotos weniger unethisch, als Low Sensation Seeker.

Die Auswertung dieser Hypothese erfolgt mittels einfaktorieller Varianzanalyse.

Bei der Einschätzung, dass grausame Pressefotos zum Zweck einer vollständigen Berichterstattung ethisch vertretbar sind, weisen High Sensation Seekers eine signifikant ($p=0,007$) höhere Zustimmung auf ($M=1,99$) auf als Low Sensation Seekers ($M=2,32$). Auch bei der Beeinträchtigung der Menschenwürde durch die Veröffentlichung von Gesichtern auf grausamen Bildern ist ein signifikanter Unterschied feststellbar ($p=0,031$). Low Sensation Seeker ($M=2,16$) sehen die Menschenwürde eher verletzt als High Sensation Seeking ($M=2,44$). Beim Index ethische Vertretbarkeit von Darstellung grausamer Bilder besteht kein Unterschied ($p=0,246$).

Tabelle 30: Mittelwerte und Standardabweichungen der ethischen Bewertung von Pressefotos allgemein (unethisch, Verletzung der Menschenwürde, Index zu den Grenzen der Ethik), getrennt nach Low- und High Sensation Seekers

| | | Low SS | | High SS | |
|--|----------------|--------|------|---------|------|
| | | M | SD | M | SD |
| Berichterstattung (1=stimme voll zu; 4=stimme nicht zu) | Ethik | 2,32 | 0,90 | 1,99 | 0,83 |
| Menschenwürde (1=stimme voll zu; 4=stimme nicht zu) | | 2,16 | 0,80 | 2,44 | 0,98 |
| Ethische (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme sehr zu) | Vertretbarkeit | 3,15 | 0,95 | 3,30 | 0,95 |

Hypothese 10: Je stärker die Schaulust ausgeprägt ist, desto positiver sind die Bewertungen der Pressefotos.

Bei der Bewertung aller Bilder zeigt sich mit der Schaulust eine signifikante Korrelation bei den Bewertungskategorien „interessant“ ($r=0,209$), „ästhetisch“ ($r=0,194$) und „gut“ ($r=0,181$).

Je stärker die Schaulust ausgeprägt ist, desto höher ist die Zustimmung bei den genannten Dimensionen.

Praktisch die gleichen Korrelationskoeffizienten werden auch mit den Bildern mit Blut erzielt (siehe Tabelle 29). Die Stärke des Zusammenhangs ist aber eher als gering zu klassifizieren.

Tabelle 31: Korrelationen von Bewertung der Bilder mit Blut mit der Schaulust

| | Bilder gesamt | | Bilder mit Blut | |
|--------------|---------------|-------|-----------------|-------|
| | r | p | r | p |
| Interessant | 0,209 | 0,002 | 0,219 | 0,001 |
| Grausam | -0,106 | 0,126 | -0,111 | 0,107 |
| Ethisch | 0,093 | 0,180 | 0,112 | 0,104 |
| Ästhetisch | 0,194 | 0,005 | 0,201 | 0,003 |
| Gut | 0,181 | 0,008 | 0,183 | 0,008 |
| Geschmacklos | -0,130 | 0,059 | -0,144 | 0,037 |

Hypothese 11: Je stärker die Schaulust ausgeprägt ist, desto geringer sind ethische Bedenken gegenüber der Darstellung von grausamen Pressefotos.

Die Auswertung dieser Hypothese erfolgt mittels Pearson Produktmomentkorrelation.

Bei der Einschätzung, dass grausame Pressefotos zum Zweck einer vollständigen Berichterstattung ethisch vertretbar sind, zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang mit der Schaulust ($r=-0,263$). Je ausgeprägter die Schaulust ist, desto höher ist die Rechtfertigungsbereitschaft für die Darstellung von grausamen Bildern.

Aber auch mit der Bewertung, dass durch die Darstellung von Gesichtern bei grausamen Fotos die Menschenwürde verletzt wird, zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang ($r=0,175$). Je stärker die Schaulust, desto geringer wird eine Verletzung der Menschenwürde wahrgenommen. Schließlich zeigt sich auch noch mit dem Index „ethische Vertretbarkeit“ eine signifikante Korrelation ($r=0,263$). Je höher die Schaulust ist, desto höher ist die Bewertung der ethischen Vertretbarkeit.

Tabelle 32: Korrelation von ethischen Bewertungskriterien und der Schaulust

| | r | p |
|-------------------------|--------|-------|
| Berichterstattung Ethik | -0,263 | 0,000 |
| Menschenwürde | 0,175 | 0,011 |
| Ethische Vertretbarkeit | 0,263 | 0,000 |

15 ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Zu Beginn der Arbeit stand unter anderem die Frage offen, welchen Einfluss die Variable Sensation Seeking auf die Bewertung grausamer Pressefotos hat. Hier konnte im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ein signifikanter Zusammenhang zwischen einem hohen Ausprägungsgrad des Persönlichkeitsmerkmals Sensation Seeking und der positiven Bewertung grausamer Pressefotos festgestellt werden:

- Je höher die Ausprägung im Sensation Seeking ist, desto interessanter werden grausame Pressefotos bewertet.
- Mit steigenden Werten im Sensation Seeking werden die Bilder weniger grausam bewertet.
- Personen mit einer höheren Ausprägung im Sensation Seeking bewerten die ausgewählten Pressefotos als ethischer.
- Personen mit höheren Werten im Sensation Seeking bewerten die Bilder besser bzw. weniger geschmacklos.
- Je höher die Werte im Sensation Seeking sind, umso interessanter werden Pressefotos mit Blut beurteilt, desto weniger grausam, desto ethischer und umso weniger geschmacklos.
- Personen mit höheren Werten im Sensation Seeking bewerten Kinderbilder mit Blut interessanter und auch ethischer und finden diese Bilder weniger grausam und weniger geschmacklos als Low Sensation Seeker.
- Männerbilder mit Blut werden von Personen mit höherem Sensation Seeking Wert als interessanter, weniger grausam, ethischer, besser und weniger geschmacklos bewertet

Des Weiteren konnte ein Zusammenhang zwischen der Ausprägung des Sensation Seeking und Schaulust festgestellt werden:

- Je stärker Sensation Seeking ausgeprägt ist, desto stärker ist auch die Schaulust.

Die Hypothese, dass High Sensation Seeker Fotos mit der Abbildung von Blut positiver bewerten, als Bilder ohne, konnte nicht verifiziert werden:

- Sensation Seeker zeigen somit, keine vergleichsweise positivere Bewertung bei Fotos mit Blut gegenüber Bildern ohne Blut, als Personen mit geringerer Ausprägung im Sensation Seeking.

Bei der Einschätzung, ob grausame Pressefotos zum Zweck einer vollständigen Berichterstattung ethisch vertretbar sind, weisen High Sensation Seekers eine signifikant höhere Zustimmung auf als Low Sensation Seeker auf. Auch bei der Beeinträchtigung der Menschenwürde durch die Veröffentlichung von Gesichtern auf grausamen Bildern ist ein signifikanter Unterschied feststellbar. Low Sensation Seeker sehen die Menschenwürde eher verletzt als High Sensation Seeking.

Unabhängig von der Untersuchung des Sensation Seeking Merkmals, sollten auch die Fragen beantwortet werden, ob die Darstellung von Kindern zu anderen Bewertungen führen, als ähnliche Abbildungen von Frauen und Männern und ob es bei deren Bewertung Geschlechterunterschiede gibt. Hier ein kurzer Auszug der Ergebnisse:

- Kinderfotos mit Blut werden als weniger interessant bewertet als Fotos von Männern bzw. Frauen mit Blut.
- Grausame Darstellungen von Kindern mit Blut werden als unethischer, als die Darstellung von Männern und Frauen bewertet.
- Grausame Pressefotos von Kindern werden als weniger ästhetisch bewertet als Bilder von Männern und Frauen.
- Die Abbildung von Kindern mit Blut wird als geschmackloser empfunden als ähnliche Darstellungen von Männern oder Frauen.
- Die Annahme, dass sowohl Männer als auch Frauen die Abbildungen von verletzten oder toten Frauen und Kindern negativer bewerten, als ähnliche Abbildungen von Männern, konnte bestätigt werden. Es finden sich keine signifikanten Unterschiede in der Bewertung.

Hinsichtlich des Einflusses von fotografischem Interesse auf die Beurteilung grausamer Pressefotos, konnten folgende Zusammenhänge festgestellt werden:

- Personen mit geringem fotografischem Interesse bewerteten die Bilder am wenigsten interessant, Personen mit stark ausgeprägtem Interesse an Fotografie weisen bei dieser Bewertungskategorie die höchsten Werte auf.
- (besser: Personen mit geringem fotografischen Interesse, zeigen sich am wenigsten interessiert, Personen mit stark ausgeprägtem Interesse an der Fotografie weisen bei dieser Bewertung die höchsten Werte auf)
- Bei hohem Interesse an Fotografie werden die Bilder weniger geschmacklos eingeschätzt als bei niedrigem Interesse.
- Bei geringem fotografischem Interesse werden die Bilder als grausamer wahrgenommen. Auch die Ästhetik der Bilder wird von Probanden mit geringem fotografischem Interesse weniger positiv bewertet.

Auch die Ausprägung von Schaulust hat Einfluss auf die Wahrnehmung und Bewertung grausamer Pressefotos. Hier die wichtigsten Ergebnisse:

- Je stärker die Schaulust ausgeprägt ist, desto höher ist die Zustimmung hinsichtlich der Bewertungskriterien „interessant“, „ästhetisch“ und „gut“. Dies trifft sowohl auf Bilder mit, als auch ohne die Darstellung von Blut zu.
- Je ausgeprägter die Schaulust ist, desto höher ist die Rechtfertigungsbereitschaft für die Darstellung grausamer Bilder.
- Je stärker die Schaulust ist, umso weniger wird eine Verletzung der Menschenwürde durch die Abbildung von Opfern auf Pressefotos wahrgenommen.
- Je höher die Schaulust ist, desto höher ist die Bewertung der ethischen Vertretbarkeit.

16 FAZIT UND AUSBLICK

Im Rahmen der vorliegenden Diplomarbeit sollten mögliche Zusammenhänge zwischen dem Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking und der Bewertung grausamer Pressefotos aufgezeigt werden. Ein weiteres Ziel dieser Arbeit war es, unterschiedliche Bewertungen von Fotos auf bestimmte Bildinhalte, wie die Darstellung von Blut oder die Abbildung von Personen unterschiedlichen Alters und Geschlechts, zurückführen zu können.

Grundlage für diese Analyse war eine empirische Erhebung anhand eines Online-Fragebogens. Die daraus resultierenden Ergebnisse, sowohl deskriptiver als auch analytischer Natur, sind in den vorangegangenen Kapiteln 12 und 13 aufgelistet und erörtert worden. Eine Zusammenfassung der Ergebnisse findet sich in Kapitel 14. Ein Großteil der Hypothesen, die dieser Arbeit zugrunde liegen, konnten bestätigt werden, einige mussten verworfen werden.

Warum violente Medieninhalte genutzt werden und wie diese auf die Rezipienten wirken ist ein wichtiger und großer Forschungsbereich innerhalb der Kommunikationswissenschaft. Die vorhandenen Studien und Untersuchungen beziehen sich hierbei vor allem auf Fernsehen und Computerspiele, also auf bewegte Bilder. Die Erforschung der Auswirkungen und Wahrnehmung von gewalthaltigen Fotos stellt in der Literatur bisher eher ein Randthema dar.

Der Einfluss des Persönlichkeitsmerkmals Sensation Seeking auf das Mediennutzungsverhalten konnte bereits in zahlreichen Untersuchungen festgestellt werden. Hinsichtlich der Bewertung grausamer Pressebilder wurde bisher allerdings keine Untersuchung angestellt. Durch die Ergebnisse der vorliegenden Analyse, konnte gezeigt werden, dass eine hohe Ausprägung von Sensation Seeking und die damit verbundene stärkere Schaulust, den Blick auf Fotos determinieren und die ethischen Grenzen bezüglich der Darstellung von Opfern maßgeblich beeinflussen.

Darüber hinaus konnte gezeigt werden, dass ein bereits zuvor vorhandenes Interesse an Fotografie die Bewertung von Bildern beeinflusst. Dies ist vor allem unter der Berücksichtigung des Aspekts der Medienkompetenz interessant.

Es konnte auch festgestellt werden, dass Männer und Frauen bezüglich der Darstellung von Kindern auf grausamen Pressefotos eine sehr ähnliche Einstellung haben. Wenn es sich bei einem abgebildeten Opfer um ein Kind handelt, fällt die Bewertung des Fotos tendenziell negativer aus. Hier scheint die ethische Grenze für die meisten Rezipienten erreicht zu sein.

Gerade in dieser visuell dominierten Zeit, sind fundierte Untersuchungen zum Thema Bildwahrnehmung und Fotokommunikation besonders wichtig. Durch die immer größer werdende Bedeutung von Online-Medien ist der richtige Umgang mit Fotos unerlässlich, um die Rechte der abgebildeten Personen zu schützen sowie die ethischen Grenzen der Rezipienten zu wahren.

Diese Arbeit soll einen kleinen Beitrag dazu leisten, das spannende Thema der Fotokommunikation in den Fokus der Wissenschaft zu rücken und Input für mögliche Anschlussuntersuchungen geben.

17 QUELLENVERZEICHNIS

17.1 Literaturquellen

Batinic, Bernad & Appel, Markus (2008): Medienpsychologie. Heidelberg: Springer Medizin Verlag

Behrouz, Banafsheh (2010): Ästhetik: Begriffsbestimmung, theoretische Fundierung und Operationalisierung im Kontext der Markenführung. Arbeitspapier zur Schriftenreihe Schwerpunkt Marketing. Band 197. München: FGM-Verlag der Fördergesellschaft Marketing e.V.

Grimm, Jürgen (1999): Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität - Erregungsverläufe - sozialer Effekt ; zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen. Opladen: Westdt. Verlag.

Grimm, Jürgen (2002): Differentiale der Mediengewalt. Ansätze zur Überwindung der Individualisierungs- und Globalisierungsfalle innerhalb der Wirkungsforschung. In: Th. Hausmanninger, Th. Bohrmann (Hg.) (2002), Mediale Gewalt. Interdisziplinäre und ethische Perspektiven

Kielholz, Annette (2008): Online-Kommunikation: Die Psychologie der neuen Medien in Beruf und Praxis. Zürich: Springer Medizin Verlag

Kunczik, Michael und Zipfel, Astrid (2006): Gewalt und Medien. Ein Studienhandbuch. Köln: Böhlau Verlag

Kunczik, Michael und Zipfel, Astrid: Medien und Gewalt. Der aktuelle Forschungsstand. Online unter: http://bupp.at/uploads/media/Kunczik_und_Zipfl_Medien_und_Gewalt.pdf (09.12.2011)

Leifert, Stefan (2007): Bildethik: Theorie und Moral im Bildjournalismus der Massenmedien. München: W. Fink

Madlberger, Doris (2003): Ethik im Bildjournalismus. Ethik – Vernunft – Moral – Gewissen? Uni Wien, DA

Möhring, Wiebke und Schlütz, Daniela (2003): Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Raab-Steiner, Elisabeth und Bensch, Michael (2008): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. Wien: Facultas Verlags- u. Buchhandelsverlag.

Scholl, Armin (2009): Die Befragung. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft

Sontag, Susan (2008): Das Leiden anderer betrachten. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verl

Sontag, Susan (2010): Über Fotografie. Ort: Fischer-Taschenbuch-Verl.

17.2 Internetquellen

Grimm, Jürgen: Mediengewalt - Wirkungen jenseits von Imitation. Zum Einfluss ästhetischer und dramaturgischer Faktoren auf die Aggressionsvermittlung. Online unter: http://mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/grimm_imitation/grimm_imitation.pdf (13.12.2011)

Grau, Alexander (2008): Schrecken, Sensation und Schaulust. TV Diskurs 46. Online unter: http://www.fsf.de/php_lit_down/pdf/grau012_tvd46.pdf (06.12.2011)

Heidtmann, Horst (2003): Gewalt in Kinder- und Jugendmedien. Ursprung, Ausprägung, Prävention. Materialien Jugendliteratur und Medien. Heft 46, (hg. von der Arbeitsgemeinschaft Jugendliteratur und Medien der GEW), Frankfurt 2003, S. 5-9. Online unter: http://www.gew.de/Binaries/Binary5442/Heft_46korr.pdf (06.12.2011)

Henrich, Frederik (2003): Zusammenhänge zwischen medial erlebter Gewalt und aggressivem Verhalten von Kindern und Jugendlichen auf dem Hintergrund von Veränderungen in Schule, Familie und Gesellschaft. Grin Verlag, DA. Online unter: http://books.google.at/books?id=Q2r6BZWIACgC&pg=PA49&lpg=PA49&dq=gewalt+stimulationsthese&source=bl&ots=mOTK_C7Jdr&sig=72k0RzcYFyU-U3yvsFFn0FHbEEI&hl=de&ei=qTrCTv6WG4zNsgbR6bHxCw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CDMQ6AEwAw#v=onepage&q=gewalt%20stimulationsthese&f=false (07.12.2011)

Koch, Sabine (2008): Zur Geschichte der psychologischen Ästhetik. Broschüre zum Forschungsschwerpunkt Psychologische Ästhetik und kognitive Ergonomie des Instituts für Psychologische Grundlagenforschung. Uni Wien. Online unter: http://aesthetics.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/ag_psy_pake/Artikel/Koch_Sabine_-_Zur_Geschichte_der_Psychologischen_%C3%84sthetik.pdf (06.12.2011)

Röbig, Florian (2009): Fotojournalismus und die »Demokratisierung« des Bildes in der Mediengesellschaft. HTWG Konstanz, DA. Online unter: http://www.tibet-reverse.com/Master_Buch1.pdf (06.12.2011)

Stöckli, Christian (2009): Motive und Risikowahrnehmung im Risikosport – Eine Analyse von fünf Risikosportarten. GRIN Verlag. Online unter: http://books.google.at/books?id=sWwRpJEEqmMC&pg=PA32&lpg=PA32&dq=Christian+St%C3%B6ckli+sensation+seeking&source=bl&ots=h07WCaHVvY&sig=4bGC4T3V0uEiZdyHR-L66xwSjEw&hl=de&ei=zgjeTrnkDInHswax74H_CA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CB8Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false (06.12.2011)

Weltzien, Friedrich (2001): Das Bild als Spediteur der Gewalt. Online unter: <http://edoc.hu-berlin.de/kunsttexte/download/kume/weltzien.PDF> (06.12.2011)

Winter, Oliver (2001): Das Internet als Instrument der Marktforschung. GRIN Verlag. Online unter: http://books.google.at/books?id=W0c5SegcHssC&pg=PA16&dq=winter+online+fragebogen&hl=de&ei=uHvfTv3qKJTV4QTXiqHWBg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CEUQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false (07.12.2011)

18 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

18.1 Abbildungen

| | |
|---|----|
| Abbildung 1: Histogramm der Messwerteverteilung des Index „Ethische Grenzen bezüglich der Darstellung von Personenschicksalen auf Pressfotos“ (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu) | 44 |
| Abbildung 2: Histogramm der Messwerteverteilung des Index „Schaulust“ (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu) | 45 |
| Abbildung 3: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): uninteressant vs. interessant (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 57 |
| Abbildung 4: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): nicht grausam vs. grausam (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 58 |
| Abbildung 5: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): unethisch vs. ethisch (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 59 |
| Abbildung 6: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): unästhetisch vs. ästhetisch (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 59 |
| Abbildung 7: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): schlecht vs. gut (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 60 |
| Abbildung 8: Bewertung der Fotos mit Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): nicht geschmacklos vs. geschmacklos (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 61 |
| Abbildung 9: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): uninteressant vs. interessant (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 61 |
| Abbildung 10: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): nicht grausam vs. grausam (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 62 |
| Abbildung 11: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): unethisch vs. ethisch (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 62 |
| Abbildung 12: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): unästhetisch vs. ästhetisch (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 63 |

Abbildung 13: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): schlecht vs. gut (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu).63

Abbildung 14: Bewertung der Fotos ohne Blut nach der dargestellten Person (Mann, Frau, Kind): nicht geschmacklos vs. geschmacklos (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu)64

18.2 Tabellen

Tabelle 1: Die vier Subskalen des Sensation Seeking Skala V und ihre Beschreibung 18

Tabelle 2: Beschreibung der Stichprobe nach soziodemografischen Merkmalen (Angaben in absoluten Häufigkeiten und Prozent) 39

Tabelle 3: Interesse an Fotografie (Angaben in absoluten Häufigkeiten und Prozent) 40

Tabelle 4: Beurteilung der ethischen Vertretbarkeit von grausamen Pressefotos zum Zweck vollständiger Berichterstattung und Verletzung der Menschenwürde der Opfer durch die Darstellung auf grausamen Pressefotos 43

Tabelle 5: Items zu den ethischen Grenzen bezüglich der Darstellung von Personenschicksalen auf Fotos (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu) 44

Tabelle 6: Fragen zur Schaulust (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu), das mit * markierte Item ist bei der Indexbildung umzupolen 45

Tabelle 7: Mittelwerte der Subskalen Sensation Seeking sowie Gesamtwert Sensation Seeking 46

Tabelle 8: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): uninteressant vs. interessant (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu) 47

Tabelle 9: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): nicht grausam vs. grausam (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu) 47

Tabelle 10: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): unethisch vs. ethisch (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu) 48

Tabelle 11: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): unästhetisch vs. ästhetisch (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu) 49

Tabelle 12: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): schlecht vs. gut (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu) 49

| | |
|--|----|
| Tabelle 13: Bewertung der Bilder (Mittelwert und Standardabweichungen): nicht geschmacklos vs. geschmacklos (1=stimme gar nicht zu; 5=stimme voll zu) | 50 |
| Tabelle 14: Ranking der Fotos nach den Bewertungskriterien Grausamkeit, Ethik und Ästhetik | 52 |
| Tabelle 15: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über alle Arten von Subjekten)..... | 54 |
| Tabelle 16: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über alle Bilder mit Blut) | 54 |
| Tabelle 17: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über alle Bilder ohne Blut) | 55 |
| Tabelle 18: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über Kinderbilder mit Blut) | 55 |
| Tabelle 19: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über Frauenbilder mit Blut)..... | 56 |
| Tabelle 20: Korrelation von Sensation Seeking Gesamtwert mit Bewertung der Bilder (aggregiert über Männerbilder mit Blut) | 56 |
| Tabelle 21: Korrelationen von Sensation Seeking Gesamtwert sowie den Subskalen mit dem Index Schaulust..... | 65 |
| Tabelle 22: Mittelwerte für inhaltliche und ästhetische Kriterien für Bilder mit und ohne Blut (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 66 |
| Tabelle 23: Mittelwerte für inhaltliche und ästhetische Kriterien für Bilder mit und ohne Blut (1=stimme gar nicht zu, 5=stimme voll zu) | 66 |
| Tabelle 24: Mittelwerte der Bewertung der Bilder mit und ohne Blut, getrennt nach Low und High Sensation Seekers | 67 |
| Tabelle 25: Mittelwerte und Standardabweichung für die Bewertung der Pressefotos mit Blut bei Kindern, Frauen und Männer | 68 |
| Tabelle 26: Mittelwerte und Standardabweichungen der Bewertungen, aggregiert über alle Bilder, getrennt nach Interesse an Fotografie | 69 |
| Tabelle 27: Mittelwerte und Standardabweichungen der Bewertungen, aggregiert über Bilder mit Blut, getrennt nach Interesse an Fotografie | 70 |
| Tabelle 28: Mittelwerte und Standardabweichungen der Bewertungen, aggregiert über alle Bilder, getrennt nach Vorhandensein einer grafischen Ausbildung | 71 |

| | |
|--|----|
| Tabelle 29: Mittelwerte und Standardabweichungen der Bewertungen, aggregiert über alle Bilder mit Blut, getrennt nach Vorhandensein einer grafischen Ausbildung | 71 |
| Tabelle 30: Mittelwerte und Standardabweichungen der ethischen Bewertung von Pressefotos allgemein (unethisch, Verletzung der Menschenwürde, Index zu den Grenzen der Ethik), getrennt nach Low- und High Sensation Seekers..... | 72 |
| Tabelle 31: Korrelationen von Bewertung der Bilder mit Blut mit der Schaulust ... | 73 |
| Tabelle 32: Korrelation von ethischen Bewertungskriterien und der Schaulust | 74 |

18.3 Fotos¹⁰⁷

| | |
|---|----|
| Foto 1: World Press Photo of the Year 1968 | 26 |
| Foto 2: World Press Photo of the Year 1972..... | 26 |
| Foto 3: World Press Photo of the Year 2005. | 29 |
| Foto 4: World Press Photo of the Year 1980.. | 29 |
| Foto 5: World Press Photo of the Year 2004 | 31 |
| Foto 6: World Press Photo fo the Year 2003 | 31 |
| Foto 7: World Press Photo fo the Year 2001 | 31 |

¹⁰⁷ <http://www.archive.worldpressphoto.org/>

19 ANHANG

19.1 Curriculum Vitae

Name: Anna Meißlitzer
Geburtsdatum: 22. Dezember 1986
Geburtsort: Wien
Staatsbürgerschaft: Österreich
Eltern: Elisabeth und Kurt Meißlitzer

Ausbildung:

2009 – 2012 Universität Wien, Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
2006 – 2009 Universität Wien, Bakkalaureatsstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Seit 2007 Universität Wien, Diplomstudium Psychologie (Zweitstudium)
2001 – 2006 Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe (HLW), Biedermannsdorf/Wien. Matura mit ausgezeichnetem Erfolg abgeschlossen
1997 – 2001 Gymnasium GRG 23, Wien

19.2 Abstract

In der vorliegenden Diplomarbeit „The Beauty of Violence. Über die Faszination grausamer Pressefotos im Zusammenhang mit Sensation Seeking“ geht es, wie der Titel schon verrät, darum Zusammenhänge zwischen dem Persönlichkeitsmerkmal Sensation Seeking und der Bewertung grausamer Bilder aufzuzeigen.

Dies geschieht einerseits mit Hilfe einer ausführlichen Literaturstudie, um die wichtigsten Theorien und Konzepte zu diesem Thema zu erläutern und andererseits werden die erstellten Hypothesen im Rahmen einer empirischen Untersuchung auf ihre Gültigkeit hin überprüft. Grundlage für diese Untersuchung ist eine Erhebung mittels Online-Fragebogen. 211 Fragebögen konnten in die Auswertung miteinbezogen werden.

Für den in der Untersuchung verwendeten Fragebogen, wurden neun World Press Photos nach bestimmten, für den Untersuchungsgegenstand relevanten Kriterien ausgewählt. Es handelt sich dabei um Gewinnerfotos der vergangenen zehn Jahre.

Die Untersuchung konnte signifikante Zusammenhänge zwischen einer hohen Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Sensation Seeking und einer positiven Bewertung grausamer Pressefotos belegen. So wurden gewalthaltige Bilder von High Sensation Seekern tendenziell als ästhetischer, weniger grausam und weniger unethisch bewertet, als von Low Sensation Seekern.

Es konnte auch festgestellt werden, dass Männer und Frauen bezüglich der Darstellung von Kindern auf grausamen Pressefotos eine sehr ähnliche Einstellung haben. Wenn es sich bei dem abgebildeten Opfer um ein Kind handelt, fällt die Bewertung des Fotos geschlechtsunabhängig sehr negativ aus. Hier scheint die ethische Grenze für die meisten Rezipienten erreicht zu sein.

Darüber hinaus konnte auch gezeigt werden, dass ein bereits zuvor vorhandenes Interesse an Fotografie die Bewertung von Bildern beeinflusst. Dies ist vor allem unter der Berücksichtigung des Aspekts der Medienkompetenz interessant.

Die vorliegende Arbeit gibt einen Überblick über das Thema der Fotokommunikation aus einer medienpsychologischen Perspektive. Dieser spannende Forschungsbereich bietet noch viele Möglichkeiten für Anschlussuntersuchungen.

19.3 Fragebogen

1. Interessieren Sie sich für das Thema Fotografie?

- Sehr
- Etwas
- Gar nicht

2. Besitzen Sie eine Spiegelreflexkamera?

- Ja
- Nein

3. Wie oft besuchen Sie Fotoausstellungen?

- Regelmäßig
- Gelegentlich
- Nie

4. Kennen Sie den World Press Photo Award?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

5. Haben Sie eine Ausstellung des World Press Photo Awards besucht?

- Ja öfter
- Ja ein Mal
- Nein noch nie

6. Im Folgenden finden Sie immer zwei Aussagen nebeneinander stehend. Bitte lesen Sie erst beide Aussagen durch, und entscheiden Sie dann, welche der Aussagen am ehesten auf Sie zutrifft.

Es kann vorkommen, dass einmal keine der beiden Aussagen zutrifft oder beide Aussagen auf Sie zutreffen. Entscheiden Sie sich trotzdem immer für eine Antwortalternative!

Lesen Sie bitte immer erst beide Aussagen gründlich durch, bevor Sie Ihre Entscheidung treffen!

| | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|--|
| Ich mag wilde zügellose Partys. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich bevorzuge ruhige Partys mit guter Konversation. |
| Meistens langweilt es mich, Filmwiederholungen zu sehen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Es gibt Filme die ich mir auch ein zweites oder drittes Mal ansehen würde. |
| Körpergerüche finde ich unangenehm. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Manche Körpergerüche rieche ich gern. |
| Ich mag die angenehme Vertrautheit der Menschen, mit denen ich täglich zu tun habe. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Es langweilt mich, ständig dieselben Gesichter zu sehen. |
| Ich erkunde gern eine fremde Stadt, auch wenn ich mich verirren könnte. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | An Orten, die ich nicht gut kenne, versuche ich, mich einer Reisegruppe anzuschließen. |
| Wenn man bei jemandem fast alles vorhersagen kann, was er tun oder sagen wird, muss er ein langweiliger Mensch sein. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich mag keine Leute, die Dinge tun oder sagen, die andere schockieren oder verletzen. |
| In der Regel begeistert es mich nicht, einen Film oder ein Spiel zu sehen, bei dem ich sagen kann, was als Nächstes passieren wird. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Es macht mir nichts aus einen Film oder ein Spiel zu sehen, bei dem ich vorhersagen kann, was als Nächstes passieren wird. |
| Ich würde niemals Marihuana / Haschisch rauchen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich habe schon einmal Marihuana / Haschisch geraucht, oder ich würde es gern tun. |
| Ich würde keine Drogen nehmen, die unbekannte oder gefährliche Reaktionen in mir auslösen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich würde gern einmal eine der Drogen probieren, die Halluzinationen hervorrufen, z.B. LSD. |
| Ich mache manchmal gern Dinge, die ein bisschen Angst einflößend sind. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Eine vernünftige Person vermeidet Aktivitäten, die gefährlich sind. |
| Ich mag keine Menschen, die zu lockere Ansichten über Sex haben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich bin gern in Gesellschaft unverklemmter Leute. |
| Ich bin gern im Rauschzustand (durch Alkohol oder eine andere Droge). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Rauschmittel bewirken, dass ich mich unwohl fühle. |
| Ich mag scharf gewürzte, fremdländische Speisen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Scharfe, ungewohnte Gerichte esse ich nicht so gern. |
| Erinnerungsfotos anderer Leute langweilen mich. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich schaue mir gern die Erinnerungsfotos von Bekannten an. |
| Ich würde gern lernen, Wasserski zu laufen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich möchte nicht gern lernen, Wasserski zu laufen. |
| Ich würde nicht gern versuchen zu surfen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich würde gern versuchen zu surfen. |
| Wenn ich Urlaub mache, fahre ich einfach los, halte dort an, wo es mir gefällt und bleibe, solange ich Lust habe. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Wenn ich auf Reisen gehe, möchte ich meine Route und meinen Zeitplan ziemlich genau planen. |
| Ich würde gern Freundschaft mit Leuten schließen, die als ausgefallen gelten, wie etwa Künstler, Hippies, usw. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich bevorzuge bodenständige Leute als Freunde. |
| Ich möchte nicht gern lernen, ein Flugzeug zu fliegen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich würde gern lernen, ein Flugzeug zu fliegen. |
| Ich würde gern einmal Tiefseetauchen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Tauchen ist nichts für mich. |
| Es macht mir nichts aus, Homosexuelle kennen zu lernen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Es ist mir unangenehm Homosexuelle kennen zu lernen. |
| Ich würde nie aus einem Flugzeug springen, ob mit oder ohne Fallschirm. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich würde gern einmal versuchen, Fallschirm zu springen. |

| | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|---|
| Ich mag am liebsten Freunde, deren Verhalten ich manchmal schwer vorhersagen kann. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich bevorzuge Freunde, die berechenbar sind. |
| Ich liebe neue und aufregende Erfahrungen, auch wenn sie manchmal etwas unkonventionell oder illegal sind. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich bin nicht an Erfahrungen um ihrer selbst willen interessiert. |
| Gute Kunst ist klar, symmetrisch in der Form und harmonisch in den Farben. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich entdecke oft Schönheit in den kontrastreichen Farben und ausgefallenen Formen der modernen Malerei. |
| Ich werde sehr unruhig, wenn ich für bestimmte Zeit zu Hause bleiben muss. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich verbringe gern Zeit in der vertrauten Umgebung zu Hause. |
| Ich würde gern einmal von einem hohen Sprungturm springen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich habe Angst, von hohen Sprungtürmen zu springen. |
| Ich treffe mich gern mit Menschen des anderen Geschlechts, die meine Wertvorstellungen teilen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich verabrede mich gern mit Menschen des anderen Geschlechts, die ich körperlich attraktiv finde. |
| Exzessives Trinken ruiniert gewöhnlich eine Party, weil einige Leute laut und lärmend werden. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Gefüllte Gläser garantieren ein gelungenes Fest. |
| Ich kann Langweiler nicht ausstehen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Überdrehte Menschen nerven mich. |
| Jeder Mensch sollte möglichst viele sexuelle Erfahrungen sammeln. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich finde, man kann mit einem oder wenigen Partnern ausreichend sexuelle Erfahrungen machen. |
| Ich könnte mir vorstellen, dass mir das Leben eines „Jetsetters“ Spaß machen würde. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Selbst wenn ich genug Geld hätte, würde ich mich nicht mit Leuten zusammentun, die das Leben eines „Jetsetters“ führen. |
| Ich mag witzige und geistreiche Menschen, auch wenn sie manchmal auf Kosten anderer Witze machen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich mag Leute nicht, die ihren Spaß auf Kosten der Gefühle anderer haben. |
| Ich kann von Sexszenen gar nicht genug bekommen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Es ist mir unangenehm, so viele Sexszenen in Filmen zu sehen. |
| Ich fühle mich nach einigen Gläschen Alkohol am wohlsten. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Bei Leuten, die Alkohol brauchen, um sich wohl zu fühlen, ist etwas nicht in Ordnung. |
| Jeder Mensch sollte sich so anziehen, wie es ihm gefällt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Menschen sollten sich entsprechend gewisser Standards bezüglich Geschmack und Stil kleiden. |
| Weite Entfernungen in einem Segelboot zu segeln, ist großer Leichtsin. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich würde gern mit einem kleinen, aber seetüchtigen Boot über eine weite Strecke segeln. |
| Ich finde an fast allen Personen etwas Interessantes. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Ich habe mit dummen und langweiligen Menschen keine Geduld. |
| Einen hohen Berg mit Skiern hinunter zu fahren, ist ein guter Weg auf Krücken zu enden. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Es macht mir Spaß, eine schnelle Skiabfahrt von einem hohen Berg zu machen. |



Bitte markieren Sie Ihre Position zu folgenden Aussagen:

Ich finde dieses Foto,

| | | | | | | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| Interessant | <input type="radio"/> | Uninteressant |
| Grausam | <input type="radio"/> | Nicht grausam |
| Ethisch | <input type="radio"/> | Unethisch |
| Ästhetisch | <input type="radio"/> | Unästhetisch |
| Gut | <input type="radio"/> | Schlecht |
| Geschmacklos | <input type="radio"/> | Nicht geschmacklos |

16. Grausame Pressefotos sind zum Zweck einer vollständigen Berichterstattung ethisch vertretbar. Bitte bewerten Sie folgende Aussagen nach Ihrer persönlichen Meinung:

- Ich stimme voll zu.
- Ich stimme eher zu.
- Ich stimme eher nicht zu.
- Ich stimme nicht zu.

17. Die Menschenwürde der Opfer wird durch die Darstellung auf grausamen Pressefotos verletzt. Bitte bewerten Sie folgende Aussagen nach Ihrer persönlichen Meinung:

- Ich stimme voll zu.
- Ich stimme eher zu.
- Ich stimme eher nicht zu.
- Ich stimme nicht zu.

18. Wo liegen für Sie die ethischen Grenzen bezüglich der Darstellung von Personenschicksalen auf Pressefotos? Bitte bewerten Sie folgende Aussagen:

| Die Darstellung von toten und verletzten Menschen auf Pressefotos ist ethisch vertretbar, wenn | stimme | | | stimme | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | stimme nicht zu | gar eher zu | nicht zu | unent- schieden | eher zu | voll zu |
| es um das Thema Krieg geht. | <input type="radio"/> |
| es um eine Naturkatastrophe geht. | <input type="radio"/> |
| es um eine Umweltkatastrophe geht. | <input type="radio"/> |
| man die Gesichter der Personen nicht erkennen kann. | <input type="radio"/> |
| ein Kind abgebildet ist. | <input type="radio"/> |
| eine Frau abgebildet ist. | <input type="radio"/> |
| ein Mann abgebildet ist. | <input type="radio"/> |

Meinung:

| | stimme | | | stimme | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | stimme nicht zu | gar eher zu | nicht zu | unent- schieden | eher zu | voll zu |
| Schaulust ist etwas typisch Menschliches und nicht verwerflich. | <input type="radio"/> |
| Wenn ich einen Unfall vom Auto aus beobachte, werde ich langsamer um besser sehen zu können. | <input type="radio"/> |
| Wer sagt, dass er nicht schaulustig ist, lügt. | <input type="radio"/> |
| Schaulust ist unethisch und zu Recht verpönt. | <input type="radio"/> |

20. Welches Geschlecht haben Sie?

- weiblich
- männlich

21. Wie alt sind Sie?

22. Welchen Bildungsabschluss haben Sie?

- Pflichtschule
- Abgeschlossene Lehre
- Matura
- Fachhochschule / Universität

23. Haben Sie eine graphische Berufsausbildung?

- Ja Nein

19.4 Beilage: CD mit Datensatz und Outputs (SPSS)

