

IM BLICKPUNKT: Bild im Netz



Bildverstehen
Die Flut der Bilder
Bild und Geld
Urheberrecht und Lizenzmodelle
Von Bildbearbeitung zur Bildmanipulation





Bild im Netz

Das Sprichwort „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ besagt, dass die mit einem Bild verbundene Aussage oft einen unmittelbareren und nachhaltigeren Eindruck hinterlässt, als ein umfangreicher Text, der den gleichen Inhalt zu erläutern versucht.

Nachweislich wird dieses Sprichwort seit 1921 im angelsächsischen Sprachraum verwendet – interessanterweise hatte es seinen ersten Auftritt in einer Werbefachzeitschrift. Mit dem Slogan „One Look is Worth A Thousand Words“ wurde die Nutzung von Werbeaufdrucken auf Straßenbahnen angepriesen. Das Prinzip des Bilds als Botschaft wurde hier also bereits zielgerichtet umgesetzt.

Noch nie waren so viele Bilder überall um uns herum wie in den vergangenen Jahren, in denen das Internet die größte Quelle aller Zeiten geworden ist. Sie vermitteln den Eindruck, dass nichts passiert, das nicht auch unmittelbar durch Fotos und Videos dokumentiert würde. Während Bilder früher als Ergänzung von Nachrichten dienten, werden Texte heute eher zu einer Kommentierung des Bildmaterials. Wird noch real wahrgenommen, was nicht durch Bilder „bewiesen“ wird? Und hält dieser „Beweis“ einer Überprüfung stand?

Noch nie waren aber auch so viele Bilder verfügbar wie heute: Die Verbreitung über das Internet reicht von der Bebilderung privater Websites über die Gestaltung von Firmenportalen hin zu der fast in Echtzeit gewährleisteten Dokumentation aller tagtäglichen Ereignisse – von lokal bis international, vom Bild eines zufälligen Augenzeugen bis zur professionellen Pressefotografie.

Nicht immer ist nachvollziehbar, woher das einzelne Bild stammt: Wer ist sein Urheber, welchen Verbreitungsweg hat es genommen? Und vor allem: Ist es noch „echt“? Neben den digitaltechnischen Möglichkeiten, qualitativ hochwertige Fotos und Filme herzustellen, sind auch jene zu ihrer Bearbeitung, also auch zu ihrer Manipulation, gewachsen.

IM BLICKPUNKT: Bild im Netz setzt sich mit diesen Fragen auseinander, befasst sich mit der Fülle und Vielfalt, mit der tatsächlichen und vermeintlichen Wahrheit von Bild-Dokumentationen und mit den verschiedenen Realitäten, die abge“bild“et werden können.

Bildverstehen

Bilder werden genutzt, um Inhalte zu verdeutlichen, Ideen zu transportieren, Sachverhalte darzulegen, Geschehnisse zu dokumentieren, Entwicklungen zu veranschaulichen, Aufrufe zu verstärken und vieles andere mehr. Natürlich ist es notwendig, die entsprechenden „Botschaften“ deuten und einordnen zu können. Die Herausgeber des Jahrbuchs Medienpädagogik sprechen von der immer wichtiger werdenden „Bedeutung der in der Gesellschaft zirkulierenden visuellen Bilder“. Dies verlange von „den Heranwachsenden, neue

Bildwissenschaft

Die Bildwissenschaft als fachübergreifende Disziplin befasst sich dementsprechend auch weniger mit dem (einzelnen) Bild an sich, sondern fragt, „was es grundsätzlich bedeutet, mit Bildern (als solchen) umgehen zu können“, so der Informatiker und Philosoph Jörg Schirra, der sich intensiv mit diesem Thema befasst. In diesem Kontext sind sowohl die Bilderstellung als auch die Fähigkeit des Menschen von Belang, Bilder sowohl (zweckgerichtet) erzeugen als auch wahrnehmen und deuten zu können, als auch die Wirkung, die die Herstellung und die Verwendung von Bildern auf das Verhalten und die Kultur des Menschen haben.

- Moser, Heinz/ Sesink, Werner, Meister, Dorothee M./ Hipfl, Brigitte/ Hug, Theo (Hrsg.): Jahrbuch Medienpädagogik, Band 7. VS Verlag 2008, S. 8.
- Bachmann-Medick, Doris: Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften. Rowohlt Taschenbuch Verlag 2006, S. 348.
- Schirra, Jörg/ Sachs-Hombach, Klaus: Bild und Wort. Ein Vergleich aus bildwissenschaftlicher Sicht. In: Essener Linguistische Skripte – elektronisch (ELiSe, ISSN: 1617-5425) Jahrgang 6, Heft 1, 2006, Seite 51-72.
www.uni-due.de/germanistik/elise/

Formen einer Bildkompetenz zu entwickeln – als Fähigkeit, Bilder aus dem gesellschaftlichen Symbolvorrat kritisch reflektieren bzw. dekonstruieren zu können“. Vereinfacht gesagt: Um den Sinn von Bildern erfassen zu können, muss man sie verstehen – und dies ist immer abhängig von der Kultur und Gesellschaft, in der man lebt und die man kennt. „Wozu, von wem werden Bilder produziert und verwendet, wie wirken sie, und wie werden sie wahrgenommen“, sind hier die Leitfragen (Bachmann-Medick).

Die Flut der Bilder

Das Bildhafte bestimmt in viel größerem Maße als früher unsere (medial vermittelte) Umwelt. Bilder und Videos können heute im Internet in unvergleichlicher Fülle gefunden werden. Sie gehören zunehmend zur Dokumentation des eigenen Lebens. Facebook dient als Urlaubsalbum in Echtzeit, Privatpersonen gestalten ihre Websites mit Bildelementen, Unternehmen und öffentliche Einrichtungen nutzen Graphiken und Fotomaterial zur Bewerbung ihrer Produkte und Anliegen – kein Nachrichtenportal, das nicht fast ebenso viele Bilder wie Texte zur Berichterstattung verwendete.

Die Summe derer, die diese Bilder liefern, setzt sich zusammen aus Privatpersonen, die Handyaufnahmen machen, denen, die mithilfe der immer günstiger gehandelten Digitalkameras durchaus qualitativ akzeptable Fotos machen, sowie der kleiner werdenden Gruppe der Bildreporter und der größeren Gruppe der frei arbeitenden Pressemitarbeiter. Hinzu kommen – wie von jeher – Bildagenturen, die ihren Bestand zunehmend im Netz anbieten, so dass ein Bild bei Bedarf in Sekunden zur Verfügung steht.

Dies führt auf der anderen Seite dazu, dass sich die Erwartungshaltung ändert: Es gibt kein Ereignis, das nicht mehr fotografiert wird – das Publikum verlangt nach sofortigem Bildmaterial. Nicht immer ist der Anlass so außergewöhnlich wie im Falle des auf dem Hudson River in New York notgewässerten Passagierflugzeugs: Das erste veröffentlichte Bild hiervon stammt vom Handy eines Fährpassagiers (<http://twitpic.com/135xa>).

Die Tatsache, dass sich heute fast überall eine Person mit einem foto- und filmfähigen Smartphone oder Handy da aufhält, wo etwas passiert, hat einige Zeitungen und Zeitschriften dazu bewogen, dieses Potenzial in ihre redaktionellen Inhalte einzubinden. Das bekannteste Beispiel hierfür sind in Deutschland sicherlich die Leserreporter der Bild-Zeitung. Qualität und Nachprüfbarkeit des gelieferten Bildmaterials waren hier vermutlich nicht das ausschlaggebende Kriterium. Der Deutsche Journalistenverband beklagte nach Beginn dieser Maßnahmen auch prompt den Verfall journalistischer Standards (www.djv.de; dort im Bereich Presse und News, Dezember 2006).

Das Projekt „Commons“

Flickr arbeitet gemeinsam mit der US-amerikanischen Library of Congress, einer der größten Bibliotheken der Welt, am Projekt „Commons“. Dieses stellt gemeinfreie (also nicht mit Urheberrechten versehene) Fotos ins Internet und bittet die Besucher der Seite, mit Informationen zu den einzelnen Werken zu einer besseren Verschlagwortung und damit Katalogisierung dieser großen Bestände beizutragen.

Die wachsende Gruppe der interessierten Amateure hat die Wahl zwischen mehreren Online-Fotoalben, in denen sie ihre Werke veröffentlichen können: Allein die Online-Community Flickr, die es Nutzern erlaubt, digitalisierte Bilder und Filme hochzuladen, bot im September 2010 mehr als fünf Milliarden Fotos und Videos. Viele von diesen sind von durchaus überzeugender Qualität, was nicht allein der Tatsache geschuldet ist, dass die Nutzer sich ein entsprechendes Fachwissen angeeignet haben, sondern vor allem auch der, dass die Preise auch hochwertiger Digitalkameras in den vergangenen Jahren erheblich gefallen sind.

Auch dem interessierten Laien stehen inzwischen technische Geräte zur Verfügung, die noch vor vergleichsweise kurzer Zeit Unsummen gekostet haben. Hinzu kommt eine Vielzahl an Bildbearbeitungsprogrammen, die sich auch dem Laien erschließen.





Entstanden ist Flickr als reine Fotogemeinschaft, die der Präsentation der eigenen Bilder und Filme sowie dem Austausch unter Gleichgesinnten diene. Die Mitglieder der Community publizieren bei Flickr ihre Werke, unter anderem auch Blogger und andere, die hier ihre in ihren Blogs und anderen Sozialen Medien eingebetteten Fotos veröffentlichen. Viele Mitglieder bieten ihre Bilder (lizenzfrei) zur Weiterverwendung an.

Nicht von der Zahl der (registrierten) Nutzer, aber vom Prinzip her vergleichbar ist die in Deutschland gegründete, mittlerweile aber in mehreren europäischen Ländern jeweils in Landessprache angebotene „fotocommunity“, die nach eigenen Angaben die größte Community dieser Art in Europa ist.

Bild und Geld

Mittlerweile sind Agenturen auf die Fülle des oft auch qualitativ hochwertigen Materials aufmerksam geworden. So werden in der Kategorie „Getty Images Call for Artists“ Nutzer von Flickr dazu eingeladen, jeweils eine Auswahl von zwölf Fotografien zur Begutachtung durch ein Getty-Kreativteam einzureichen; die besten Arbeiten kommen in die Flickr-Sammlung der – immerhin international renommierten – Bildagentur Getty. Doch zeigt sich hier auch sofort die andere Seite der Medaille: Die Fotografen treten ihre Rechte weitgehend an die Agentur ab und erhalten bei Verkauf ihrer Bilder lediglich 30 Prozent der Summe. Dies weicht nicht sonderlich von der gängigen Praxis ab, illustriert aber, dass den Urhebern von Werken in einem solchen Fall nur ein kleinerer Anteil der erzielten Erlöse zugute kommt.

Im Zuge der wachsenden Verfügbarkeit von Fotos, die zudem über das Internet präsentiert und verbreitet werden können, entstanden neben den herkömmlichen Bild-Agenturen, die mehr oder weniger ausschließlich Bilder von professionellen Fotografen vertreiben, die sogenannten Microstock-Agenturen. Diese erwerben die Nutzungsrechte der Bilder von zahllosen (nicht immer professionell tätigen) Fotografen und bieten diese kommerziell, aber lizenzfrei an. Dies heißt, dass mit dem Erwerb der Nutzungs-

rechte keine Einschränkungen verbunden sind. Wer das Bild erwirbt, kann es unbegrenzt einsetzen. Die Kosten berechnen sich in der Regel ausschließlich nach der Größe des gewünschten Bildes.

Weiterführende Hinweise für Personen, die mit ihren Fotos Geld verdienen möchten, finden sich beispielsweise auf der Seite irights.info, dem Info-Portal zum Urheberrecht in der digitalen Welt, bei www.medienpaedagogik-praxis.de/2011/03/02/leitfaden-fotorecht/ oder im mekonet Dossier „Lizenz zur Bildung: Creative Commons (CC)“ (www.mekonet.de/dossiers).

Urheberrecht und Lizenzmodelle

Universelle Verfügbarkeit suggeriert nicht nur, dass alles da ist, sondern auch, dass jeder alles verwenden kann. Die Flut der verfügbaren Bilder im Internet sollte allerdings nicht zu der Annahme verleiten, dass all diese von jedermann verwendet, bearbei-

Agenturen und Communitys

Auch die Microstock-Agenturen Fotolia und Photocase, die eine international, die andere in Deutschland gegründet, arbeiten mit den Werken von Fotografen, die auf den jeweiligen Plattformen registriert sind. Sie stellen ihre Arbeiten lizenzfrei zur Verfügung und erhalten dafür entweder „Credits“, mit denen sie ihrerseits Fotos zur Nutzung erwerben können, oder werden nach einem festgelegten Schlüssel über die für ihre Werke bezahlten Credits entlohnt.

- Bildagenturen / Micro- oder Midstock:
www.fotolia.com
www.photocase.com
- Internationale Bildagenturen:
www.gettyimages.de
www.corbisimages.com
- Communitys für Fotos und Videos:
www.flickr.com
www.fotocommunity.de



tet und wieder veröffentlicht werden dürfen. Bilder sind, wie andere Werke auch, mit Rechten versehen, die die Urheber in der Regel selbst festlegen. Nach deutschem Recht bleibt das Werk untrennbar mit seinem Urheber verbunden, er kann auf sein Urheberrecht nicht verzichten. Allerdings gibt es eine Reihe unterschiedlicher Lizenzmodelle, mit denen er die Nutzung seiner Bilder seitens Dritter entweder recht frei gestalten oder vollständig untersagen kann.

Ein weit verbreitetes Modell, das etwa auch bei Flickr genutzt wird, ist die Lizenzierung nach Creative Commons. Diese sieht eine mehrstufige Vergabe von Nutzungsrechten für Dritte vor, mit der der Urheber verfügen kann, dass seine Bilder unter der Nennung seines Namens genutzt, bearbeitet und weiterverbreitet werden dürfen, oder lediglich unverändert veröffentlicht werden dürfen, oder nur im nicht-kommerziellen Bereich und anderes mehr.

Von Bildbearbeitung zur Bildmanipulation

Der Erwerb von Wissen und Erfahrung im Kontext der Bilderstellung und Bildnutzung reicht vom technischen Know-how über Bedienbarkeit von Geräten wie Kameras und Computern über Einsatzmöglichkeiten von Software zur Bildbearbeitung hin zu Erkenntnisgewinn über Bildästhetik. Ein Zuwachs an „Medienkompetenz“ ist also durchaus vorhanden. Wie aber steht es mit dem Einordnen und Einschätzen von Bildrealitäten?

Man mag den Eindruck haben, dass ein Foto im Gegensatz zu einem gemalten Bild immer die Realität abbildet. Dies war noch nie so, dies ist aber auch durch die verfeinerten Manipulationsmöglichkeiten immer schwerer zu erkennen. Die unmittelbare Wirkung eines Fotos suggeriert Wahrheit. Heute ist es oft nur noch Experten möglich, die verschiedenen Bearbeitungsstufen eines Fotos nachzuvollziehen. Selbst wenn der Betrachter ahnt, dass das Werk bearbeitet wurde, ist dies in der Regel nicht mehr mit dem bloßen Auge zu erkennen.

Grundsätzlich dient Bildbearbeitung der Verbesserung von Qualität. Bilder lassen sich aufhellen, Farben verstärken, Ausschnitte betonen, Tiefenschärfe erhöhen. Wenn die Bearbeitung in die tatsächliche Veränderung des Fotografierten (oder Gefilmten) übergeht, wenn Bildelemente entfernt, hinzugefügt oder anders proportioniert werden, stellt sich die Frage: Wo liegt die Grenze zwischen gewollter Verfremdung, etwa aus künstlerischen Gründen, und Verfälschung des Abgebildeten?

Umfassend dokumentiert wird diese Art der vollständigen „Nachbearbeitung“ im ZEIT-Artikel „Die Last der Wahrheit. Wie echt muss, wie frei darf Fotografie sein?“, der die Produktion eines Titelbilds schildert. Das Modell wird nicht nur vor der Kamera in genau festgelegte Posen gesetzt und mit Hilfsmitteln ausgestattet; in der Nachbearbeitung verschwinden Falten, Sommersprossen und Muttermale.

Die Darstellung der so abgebildeten Personen entfernt sich immer weiter von der Wirklichkeit. „Dass die Medien idealisierte und stereotype Körperbilder vermitteln, ist ... unstrittig“, so das mekonet-Dossier „Mediale Körperbilder – Bilder mit Gewicht?“, das aufzeigt, wie sehr sich besonders junge Menschen an einem nicht oder kaum existenten Schönheitsideal orientieren. Ein Beispiel für die Anpassung der Realität an das vermeintlich medial Notwendige zeigt der Spot „Evolution“ der Dove-Initiative für wahre Schönheit (etwa im Youtube Kanal des Projekts mekonet: www.youtube.de/mekonetrw).

Pixelwesen

„Irgendwo auf dem Weg in die Zeitschriften ist aus Wolke Hegenbarth ein Pixelwesen geworden, zu schön, um wahr zu sein – und zu unwahr, um schön zu sein. ... Unsere Welt ist voller Bilder, Fotos fluten unseren Alltag und unser Bewusstsein. Manche kommen aus den Randgebieten des Journalismus und sind offensichtlich geschönt, andere gelten noch immer als Beweis.“

aus: Die ZEIT, 11.11.2008, „Die Last der Wahrheit. Wie echt muss, wie frei darf Fotografie sein?“

www.zeit.de/2008/24/Foto-Reportage-24

Links

- Eine immer weiter wachsende Sammlung von Fotos findet sich im **Fotoblog der „ZEIT“**. Hier stellen Grafiker, Bildredakteure und Onlinejournalisten außergewöhnliche Bilder und ihre Geschichten vor.
<http://blog.zeit.de/fotoblog/>
- Die Journalistin Meike Winnemuth dokumentiert ihre Weltreise monatsweise im **Blog „Vor mir die Welt“** und stellt die zwölf Städte ihrer Tour anhand einer Fülle von Fotos zu großen Eindrücken und kleinen Details vor.
www.vormirdiewelt.de

- IM BLICKPUNKT: Informationelle Selbstbestimmung
www.grimme-institut.de/imblickpunkt/
- mekonet Dossier: „Das ‚Mitmach-Netz‘ und der Datenschutz“
www.mekonet.de/dossiers/
- mekonet kompakt: „Datenschutz auf einen Blick“
www.mekonet.de/kompakt/

Noch heikler wird die Verfremdung von Bildern im Nachrichtenbereich. Wenn Bilder, die der Dokumentation des Tagesgeschehens oder weltweit relevanter Ereignisse dienen sollen, nicht mehr das zeigen, was tatsächlich passiert ist, sondern im Nachgang verfremdet, dramatisiert, in ihrer Aussage verändert oder schlicht so verfälscht werden, dass das Abgebildete dem Geschehen widerspricht, entstehen beim Betrachter „falsche“ Bilder, die er in der Folge nicht nur zur vermeintlichen Information nutzt, sondern auch zur Bewertung und Beurteilung von Realität. Wenn seine „Quellen“ nicht verlässlich sind, er diese Gefahr aber nicht erkennt, kann er auf das Geschehen nicht adäquat reagieren und es in einen angemessenen Kontext einordnen. Das auf Seite 5 abgebildete Foto etwa vermittelt je nach gewähltem Ausschnitt eine völlig andere Aussage.

Manchmal wird die Aufdeckung solcher Bildmanipulationen selbst zur Nachricht: Unter dem Titel „Bombenschäden per Photoshop“ berichtete die Süddeutsche Zeitung am 09. August 2006 über ein gefälschtes Bild, das Beirut während des libanesisch-israelischen Kriegs zeigte. Der Fotograf, ein Mitarbeiter der Agentur Reuters, hatte die aus den zerstörten Häusern aufsteigenden Rauchwolken nachträglich verstärkt und so den unmittelbaren Bildeindruck noch dramatisiert. Nach öffentlich geäußerten Zweifeln prüfte Reuters die Angelegenheit, zog alle Fotos des betreffenden Mitarbeiters zurück und kündigte die Zusammenarbeit. Zitat des Agentur-Bildchefs: „Es gibt keinen schlimmeren Verstoß unserer Fotografen gegen die Reuters-Standards als die absichtliche Manipulation von Bildern“ (Weiterleitung zur SZ: www.grimme-institut.de/dokulink/906881).

Fazit

Durch Bilder im Netz wird Privates öffentlich, das Öffentliche nimmt durch das Unmittelbare von Bildern einen fast als privat empfundenen Charakter an –

oder wer hätte noch nie das Gefühl gehabt, durch Bilder bei einem Ereignis „dabei“ gewesen zu sein? Bilder benötigen wir zur Darstellung unserer Person und unseres Lebens, wir brauchen sie aber auch, um die Welt zu verstehen.

Viele wichtige Aspekte konnten aus Platzgründen in diesem BLICKPUNKT nicht behandelt werden: Datenschutz und Persönlichkeitsrechte etwa – auf wie vielen veröffentlichten Fotos im Netz sind wir zu sehen, ohne uns jemals einverstanden erklärt zu haben? Oder: Sind sich gerade Jugendliche eigentlich wirklich darüber im Klaren, dass ihre online veröffentlichten Privatbilder bis in alle Ewigkeit dort zu finden sind? Google Street View führt uns zu der Frage, ob wir mit der Bilderflut im Netz mehr und mehr überwachbar geworden sind. Wichtig ist, sich darüber bewusst zu sein, dass grundsätzlich alles – Text und Bild – immer hinterfragbar bleiben muss. In diesem Sinne: Trauen Sie Ihren Augen nicht.

Impressum

Diese Broschüre ist mit Unterstützung der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen entstanden. Sie kann kostenlos unter www.grimme-institut.de/imblickpunkt heruntergeladen werden.

Redaktion und Gestaltung:

Grimme-Institut
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH
Eduard-Weitsch-Weg 25 · D-45768 Marl
Tel: +49 (0) 2365 9189-0 · Fax: +49 (0) 2365 9189-89
E-Mail: info@grimme-institut.de
Internet: www.grimme-institut.de

Bildquellen:

AllzweckJack (S.1), Jo.Sephine (S.1 u.2), PhotoSuse (S.1 u.3), Andreas Siegel (S.1 u.4), alle photocase.com; ddp images/AP/Itsuo Inouye; Montage (S.5)

Stand: April 2011