



Arbeitsblatt:

Einverständniserklärung

Liebe Eltern,
.....

im Rahmen des Projekts/der Freizeit xyz entstehen Bild- (und Ton-) Aufnahmen, sowohl als Projektergebnis wie auch den Projektverlauf dokumentierend. Hier kann natürlich auch Ihr Kind zu sehen/zu hören sein.

Für seine Print- und Onlinepublikationen braucht unser Verband ständig geeignetes Bild- (und Ton-) Material. Diese Materialien können wir aber nur weiterverwenden, wenn wir von Ihnen als Eltern der abgebildeten Kinder eine entsprechende Einverständniserklärung haben.

Beispiele für die Verwendung der Motive (und Tonbeiträge) sind im Printbereich Programmkündigungen, Flyer, Geschäftsberichte, online die Seiten www.xyz.de und www.yyy.de. Die Nutzung kann sich aber ausdrücklich auf alle Medien beziehen (Internet, Plakate, ...).

Wir bitten Sie mit der untenstehenden Erklärung um Ihr Einverständnis für diese Veröffentlichungen.

Motiv(e):

.....

Aufnahmedatum: Aufnahmeort:

Name + Vorname der abgebildeten Person:

Geburtsdatum:

Straße, Hausnummer:

PLZ und Wohnort:

Ich erkläre hiermit, dass die Medien auf/in denen ich dargestellt bin, ohne jegliche zeitliche, örtliche und inhaltliche Einschränkung in allen Veröffentlichungen und auf den Internetseiten des betreffenden Verbands kostenlos veröffentlicht werden dürfen (gedruckt oder digital).

.....
Ort, Datum

.....
Unterschrift der abgebildeten Person

.....
Ort, Datum

.....
Unterschrift Erziehungsberechtigte/r

Arbeitsblatt: Bildbearbeitung



Allgemeine Hinweise:

- Bereits bei der Fotografie entscheidet die Wahl des Motivs über den Eindruck eines Bildes.
- Bildbearbeitung kann viel, aber leider auch nicht alles. Nicht jedes Bild ist für die Bildbearbeitung geeignet.
- Bilder mit einer hohen Qualität und Größe sind für die Bearbeitung besser geeignet als kleine komprimierte Bilder.
- Vor der Bearbeitung sollte eine Kopie des zu bearbeitenden Bildes erstellt werden.
- Bei der Bildbearbeitung sollten immer die Urheberrechte des Fotografen/der Fotografin und die Rechte der abgebildeten Person berücksichtigt werden, bevor sie veröffentlicht werden.
- Die Bildmanipulation ist ein mächtiges Instrument der Medien.



Helligkeit

Fotografiert man im dunklen Raum oder im grellen Sonnenlicht, sind die Bilder meist zu dunkel oder zu hell. Ziel der Übung ist es, ein über- oder unterbelichtetes Bild anzupassen, damit es gut erkennbar ist. Ein gutes Beispiel kann ein vorab bearbeitetes Bild sein. Senkt man die Helligkeit soweit ab, erscheint das Bild fast schwarz. Durch Erhöhen der Helligkeit kann das Ursprungsbild fast wieder hergestellt werden. Bilder, die auf der Kamera als zu dunkel erscheinen, müssen nicht unbedingt schlecht sein. Alternativ zur Helligkeitsanpassung können die TeilnehmerInnen auch ausprobieren, welche Auswirkungen das Nachbelichten des Bildes hat.

Kontrast und Sättigung

Bilder einer Kamera wirken sehr häufig flau und bei den Farben fehlt die Brillanz. Kameras haben hier technische Probleme, die Farben so aufzunehmen wie sie in der Realität vorkommen. Spannung und Tiefe im Bild werden durch unterschiedliche Hell-Dunkel-Anteile erzeugt. Bei einem niedrigen Kontrast haben helle und dunkle Stellen nur einen geringen Unterschied zueinander. Die Sättigung wird von den meisten als die Brillanz der Farben empfunden oder auch als

Buntheit bezeichnet. Die TeilnehmerInnen können bei Bildern mit Kontrast und Sättigung spielen, bis das Bild interessant wirkt. Dabei gibt es kein Richtig und kein Falsch. Häufig werden ein erhöhter Kontrast und eine hohe Sättigung als ansprechend empfunden.

Farbstich entfernen – Weißabgleich

Ein Bild hat einen Farbstich. Bei Bildern ist dieser meist bläulich oder rötlich. In den meisten Fällen lässt sich dieser mit der Funktion „Automatischer Weißabgleich“ entfernen. Will man diesen manuell entfernen, können die Farbkurven (Gradationskurven) genutzt werden. Auch bei roten Gesichtern kann diese Funktion nützlich sein.

Beschneiden

Wer kennt es nicht: Man will nur eine Person aus einem Bild haben oder will nur einen bestimmten Bildausschnitt eines Bildes haben. Dazu muss das Bild beschnitten werden. Die Komposition, die durch Auswahl des Bildausschnitt entsteht, kann stark zu Spannung eines Bildes beitragen. Hierbei kann kurz der goldene Schnitt erklärt werden. Auch ein Anschneiden des zentralen Objekts auf dem Bild kann Wunder bewirken.

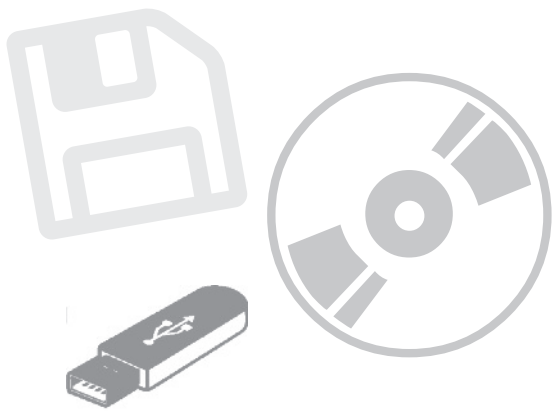


Arbeitsblatt:

Bildbearbeitung

Speichern für Medien und die Dateigröße

Sind die Bilder fertig überarbeitet, müssen sie für das Zielmedium gespeichert werden. Hierbei stellt sich die Frage, in welcher Größe und Qualität die Bilder benötigt werden. Bilder für das Internet sollen eine möglichst kleine Dateigröße haben, damit sie schnell über das Internet übertragen werden können. Man gibt ihre Größe in Pixel an und speichert sie in mittlerer oder niedriger Qualität. Speichert man die Bilder für den Druck, so benötigt man möglichst große Bilder mit höchster Qualität. Optimal ist es, wenn ein Bild mehr als 300 dpi (Pixel je Inch, dies entspricht ungefähr 120 Pixel je Zentimeter) hat.



Anleitungen und Vorlagen

Für die Übungen sind Bilder, Vorlagen und Arbeitsblätter in vorbereiteten Übungen im Internet bereitgestellt. Auf dieser Seite sind auch Anleitungen verlinkt, um sich die Bildbearbeitung selbst beizubringen. Die Vorlagen und weitere Informationen sind unter <http://www.manuelfink.de/ljr-bildbearbeitung/> zu finden.

Übungen für Fortgeschrittene

Nach Interesse und Vorwissen können zum Beispiel weiterführende Effekte mit den Teilnehmern erarbeitet werden.

- Vignette – Abdunkeln zum Rand hin
- Schwarz-weiß bzw. Duplex-Bild (zweifarbigen Bild)
- Störende Objekte entfernen
- Kollage – Ein Bild aus mehreren Bildern zusammensetzen
- Künstliche Unschärfe hinzufügen
- HDR Fake

Eine interessante Spielerei zum Abschluss kann sein, ein Fabelwesen aus einem Bild von sich selbst zu schaffen. Ein Mädchen verwandelt sich zum Engel mit Heiligenschein. Ein Kerl verwandelt sich zum Wolf. Nicht zu unterschätzen ist, dass hierfür sehr viel tiefgründiges Wissen notwendig ist und dies meist nicht sofort so klappt wie man es sich vorstellt. Wichtig ist dabei, dass Interesse und Spaß an der Bildbearbeitung geweckt wird.



Arbeitsblatt: Creative Commons










Was ist CC?

Creative Commons (CC) ist eine Non-Profit-Organisation, die in Form vorgefertigter Lizenzverträge eine Hilfestellung für die Veröffentlichung und Verbreitung digitaler Medieninhalte anbietet. Ganz konkret bietet CC sechs verschiedene Standard-Lizenzverträge an, die bei der Verbreitung kreativer Inhalte genutzt werden können, um die rechtlichen Bedingungen festzulegen. Vor der Erstellung der CC-Lizenzverträge hatten die UrheberInnen in der Regel nur die Wahl, ihre Inhalte entweder überhaupt nicht oder aber unter dem gesetzlichen Standardschutz "alle Rechte vorbehalten" zu veröffentlichen.

Die CC-Lizenzverträge werden von den UrheberInnen übernommen und in eigener Verantwortung verwendet, um klarzustellen, was mit den Inhalten ihrer Webangebote geschehen darf und was nicht. CC-Lizenzen richten sich als so genannte „Jedermannlizenzen“ an alle Betrachter dieser Inhalte gleichermaßen und geben zusätzliche

Freiheiten. Das bedeutet, dass jede/r mit einem CC-lizenzierten Inhalt mehr machen darf als das Urheberrechtsgesetz ohnehin schon erlaubt. Welche Freiheiten genau zusätzlich geboten werden, hängt davon ab, welcher der sechs CC-Lizenzverträge jeweils zum Einsatz kommt.

Der einfachste CC-Lizenzvertrag verlangt vom Nutzer (LizenznehmerIn) lediglich die Namensnennung des Urhebers/Rechteinhabers (LizenzgeberIn). Darüber hinaus können aber weitere Einschränkungen gemacht werden, je nachdem, ob der Rechteinhaber/die Rechteinhaberin eine kommerzielle Nutzung zulassen will oder nicht, ob Bearbeitungen erlaubt sein sollen oder nicht und ob Bearbeitungen unter gleichen Bedingungen weitergegeben werden müssen oder nicht. Durch die Kombination dieser Bedingungen ergibt sich die schon genannte Auswahl von insgesamt sechs verschiedenen CC-Lizenzen, die dem/der RechteinhaberIn für den deutschen Rechtsraum derzeit in der Version 3.0 zur Verfügung stehen:

		Namensnennung
 		Namensnennung – KeineBearbeitung
 		Namensnennung – NichtKommerziell
  		Namensnennung – NichtKommerziell – KeineBearbeitung
  		Namensnennung – NichtKommerziell – Weitergabe unter gleichen Bedingungen
 		Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen



Arbeitsblatt:

Creative Commons

Ob dann durch den/der RechteinhaberIn eine dieser CC-Lizenzen gewählt wird und welche genau es ist, das wird dem betreffenden Inhalt (Bild, MP3-Datei, Video, Text ...) in Form von Meta-Angaben deutlich erkennbar mitgegeben. Dadurch können NutzerInnen weltweit – aber auch Suchmaschinen und Browser – genau erkennen, was mit den so markierten Inhalten geschehen darf und was nicht. Die Klärung dieser Frage bedarf also nicht mehr für jede einzelne Nutzung einer direkten Kommunikation zwischen RechteinhaberIn und NutzerIn. Trotzdem können immer noch Einzelvereinbarungen zwischen Rechteinhabeln und einem/einer bestimmten NutzerIn in einem bestimmten Fall getroffen werden.

Und was habe ich als Rechteinhaber davon?

Abgesehen von den unmittelbaren Wirkungen – klar definierter Schutz durch das Urheberrecht bei zugleich genauerer Kontrolle darüber, was für Freiheiten mit dem Werk verbunden sind – gibt es mehrere denkbare Beweggründe für eine Verwendung von CC-Lizenzen:

Lizenzverwendung als reines Statement

Manche verwenden für ihre Werke nur deshalb CC-Lizenzen, weil sie demonstrieren möchten, dass sie sich für Open Access und freien Zugang zu Kulturgütern im Allgemeinen aussprechen. In vielen Communities ist es inzwischen eine Selbstverständlichkeit, sich offener Lizenzmodelle zu bedienen statt sich alle Rechte strikt vorzubehalten.

Besonderes Interesse an Bearbeitung

Andere wiederum sind besonders von dem Gedanken fasziniert, dass ihre Werke aufgegriffen und weiterverwendet werden und sehen diesem Prozess in den Weiten des Cyberspace gerne zu. Ohne freie Lizenzierung (mittels CC-Lizenzen oder anderer Standardlizenzen) muss für jede Verwendung erstmal beim Urheber/der Urheberin nachgefragt werden. Da dies den Aufwand für andere erhöht, werden Inhalte ohne Freiheiten oft entweder gar nicht oder ohne Erlaubnis genutzt, was beides nicht im Sinne der Urheber ist.

Beitrag zur Vermehrung des Materialpools

Wer regelmäßig auf das bereits vorhandene digitale Material zurückgreift, z. B. weil die eigene Werkform es einfach erfordert (Vertonen von Videos, Grafikdesign, Musikmixes ...), der weiß, dass dieser Materialpool nur dann aktuell und ergiebig bleibt, wenn aus ihm nicht nur entnommen, sondern auch etwas hineingegeben wird. Eine – wenn auch vielleicht eingeschränkte – Freigabe der eigenen Inhalte unterstützt die gegenseitige Vermehrung und Erhaltung des gemeinsamen Materialpools.

Steigerung der Verbreitung eigener Werke

Auch kommerzielle Erwägungen können für eine CC-Lizenzierung sprechen: Insbesondere junge KünstlerInnen sind meist dringend auf rasche Verbreitung ihrer Inhalte angewiesen, erreichen diese aber gerade mangels Bekanntheit nur schwer und bleiben dadurch auch unbekannt. Eine Veröffentlichung unter einer freien Lizenz führt oft zu einer spürbar größeren Verbreitung der Inhalte, da die potenziellen NutzerInnen frei zugreifen dürfen und über bestimmte Plattformen und Suchmaschinen bereits heute gezielt nach frei lizenzierten Inhalten gesucht werden kann.



Rechtliches im Bereich Medien



von Claudia Daferner

Urheberrecht

... an Medieninhalten (Text, Foto, Video etc.) offline und online:

Der/die ErstellerIn eines Inhalts ist der/die RechtsinhaberIn am betreffenden Inhalt als UrheberIn. Der/die UrheberIn kann bestimmen, ob und in welcher Weise (z. B. unter Nennung des Urhebers, der Urheberin nur im Original, auch zum Bearbeiten etc.) andere Personen diesen Inhalt nutzen dürfen.

Unterschieden wird:

- **eigenes Recht an eigenem Inhalt**
ErstellerIn ist UrheberIn und Nutzungsberechtigte/r in einer Person
- **fremdes Recht an eigenem Inhalt**
Fremdes Recht könnte sein:
 - + erteiltes Nutzungsrecht
 - + Recht am eigenen Bild der Personen, die in dem Medieninhalt des Urhebers/der Urheberin vorkommen
- **eigenes Recht an fremdem Inhalt**
 - + erworbenes Nutzungsrecht
- **fremdes Recht an fremdem Inhalt**
 - + schwierig ermittelbar; z. B. werden Nutzungsrechte von Fotos erworben, auf denen Personen zu sehen sind; hier wird gutgläubig vorausgesetzt, dass ein Einverständnis der betreffenden Personen vorliegt. Risiko: muss Bild gelöscht werden?

Siehe dazu auch § 22 KunstUrheberGesetz und § 201 a StrafGesetzBuch

Einverständniserklärung

... von Personen einholen, die in Medieninhalten auftauchen, dass der Medieninhalt genutzt werden kann (siehe auch: Muster Einverständniserklärung)

Impressumpflicht

Wer redaktionelle Inhalte auf seiner Online-Plattform (Homepage, Blog, Facebook-Seite) postet, ist verpflichtet, ein Impressum (= Anbieterkennzeichnung) zu erstellen. Oft werden informative, unterhaltende und redaktionelle Inhalte angeboten, so dass den Vereinen empfohlen wird, jederzeit ein Impressum in ihr Angebot aufzunehmen. Das Impressum muss von jeder Inhaltsebene (z. B. von einer Homepage-Unterseite) innerhalb von zwei Klicks einsehbar sein. Kostenlose Anwendung zum Erstellen eines Impressums z. B. unter Impressum-Generator:

<http://www.e-recht24.de/impressum-generator.html>

Datenschutz(bestimmungen)

Für die Verwendung personenbezogener Daten sollte Zustimmung eingeholt werden.

Die Art der Verwendung muss konkret benannt werden.

Zugang zu Medien

Stichwort „Altersbeschränkungen“

Sind die jeweiligen Medien (Filme, Spiele) und Medienanwendungen (Facebook, Twitter etc.) für die TN des Workshops nutzbar? Social-Media-Anwendungen sind beispielsweise oft erst ab 13 Jahren laut AGBs möglich.





Arbeitsblatt: Impressum

Die **Impressumpflicht** oder genauer im Fall des Internets die „Anbieterkennzeichnung“ ergibt sich aus wettbewerbsrechtlichen Gründen.

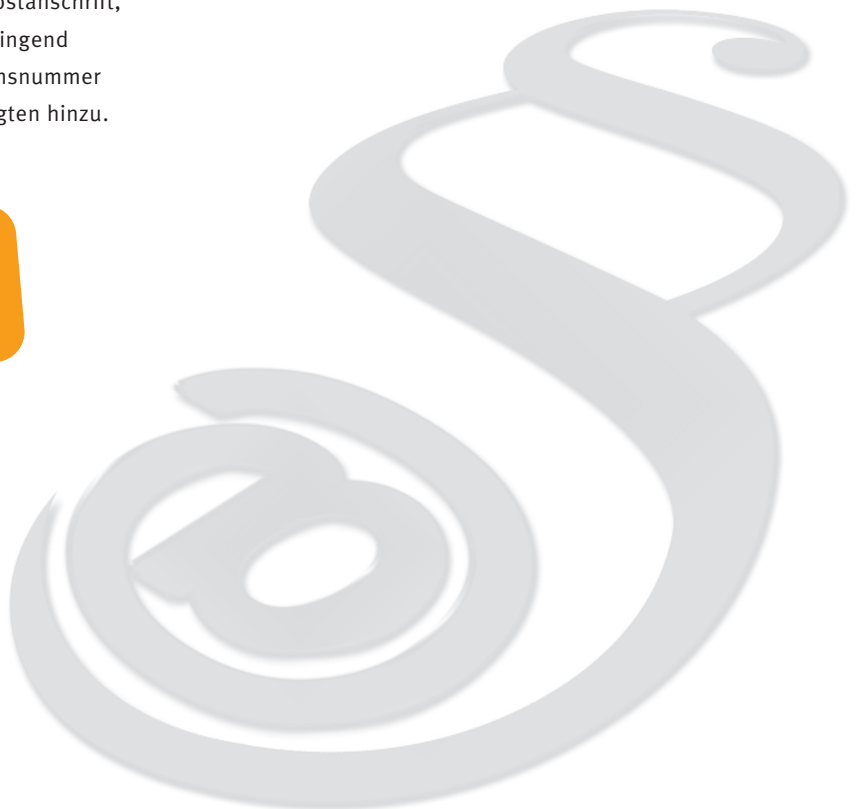
Danach müssen KundInnen die Möglichkeit haben, sich leicht über den/die AnbieterIn zu informieren. Die Pflichten gehen dabei so weit, dass nur bei rein persönlichen oder familiären Seiten auf eine Anbieterkennung verzichtet werden kann oder wenn alle Inhalte passwortgeschützt sind. Der Leitfaden des Bundesministeriums für Justiz fasst zusammen: „Die Anbieterkennzeichnungspflicht muss praktisch von jedem, der ein Online-Angebot bereithält, erfüllt werden. Etwas anderes gilt nur bei Angeboten, die ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen und die keine Auswirkung auf den Markt haben. Im Zweifel sollten Sie davon ausgehen, dass die Anbieterkennzeichnungspflicht besteht.“

Für den Standardfall der Jugendarbeit muss eine ladungsfähige Anschrift mit einem Klick erreichbar und gut lesbar sein. Dazu gehört bei Personen der Vorname, Name, vollständige Postanschrift, E-Mail und Telefon (Telefon ist umstritten, wird aber dringend empfohlen). Bei Vereinen kommen zusätzlich die Vereinsnummer und das Registergericht sowie die Vertretungsberechtigten hinzu.

Wer tatsächlich etwas verkauft oder auf dessen Seite Werbung läuft, muss sich verschärft mit diesen Pflichten auseinandersetzen.

- ④ Unter http://bit.ly/BMJ_Impressumsleitfaden findet sich der Leitfaden des Bundesministeriums für Justiz, der relativ leicht verständlich ist.
- ④ Das Telemediengesetz ist unter <http://www.gesetze-im-internet.de/tmg/> zu finden.

! Wichtig – die Anbieterkennzeichnungspflicht gilt auch für Facebook- und Google+-Seiten, kurz: jede Internetpräsenz.



Kameraeinstellungen



DETAIL



GROSS



NAH



HALBNAH



AMERIKANISCH



HALBTOTAL



TOTAL



WEIT



Arbeitsblatt: Netiquette

Die Netiquette sollte für jeden Raum im Netz, in dem diskutiert wird, eigens formuliert werden. Worauf legen wir Wert? Was ist bei uns nicht so wichtig (z. B. Pseudonym vs. Klarnamen).

Themenbereiche, die abgedeckt werden sollten, sind:

Zwischenmenschliches: Ansprache und Inhalt sollten der Mitleserschaft angepasst werden. Prinzipiell gilt: gesunden Menschenverstand einsetzen und respektvollen Umgang wahren.

Technik: Nötig, wenn zum Beispiel eine Maximalzeichenanzahl vorgegeben ist oder spezielle Formatierungen nicht verwendet werden können.

Lesbarkeit: Man sollte sparsam formatieren (Farben, Schriftarten), Rechtschreibung beachten, sparsam mit Großbuchstaben umgehen.

Privatsphäre: Klärt darüber auf, wer alles mitlesen kann.

Rechtliches: Gepostete Inhalte sollten nicht mit Urheberrecht und/oder Zitatrecht kollidieren.

Hier ein Beispiel für die Netiquette:

- Niemals vergessen, dass auf der anderen Seite ein Mensch sitzt.
- Erst lesen, dann denken und dann erst posten.
- Überlegen, wer eventuell alles mitlesen kann (andere User/die ganze Gruppe/das ganze Forum/das ganze Internet).
- Sich kurz fassen.
- Zeit nehmen, um einen Beitrag zu schreiben.
Nachrecherchieren, wenn sachliche Unklarheiten bestehen.
- Auf gute Lesbarkeit des Posting achten. Rechtschreibung überprüfen und Absätze in längeren Texten machen.
- Beim Kommentieren auf das Thema des Ursprungpost achten.
- Vorsicht mit Humor, Ironie und Sarkasmus! Das könnte ernst genommen werden.
- Bei Zitaten den Text kürzen, auf den Bezug genommen wird.
- Keine Werbung machen, wo keine Werbung erwünscht ist.
- Das Netz ist keine Mailbox! Wenn etwas persönlich geklärt werden muss, bitte in einer Privatnachricht.
- „Du“ oder „Sie“? Richtlinie ist der allgemeine Umgangston im Forum/in der Gruppe.
- Auf die gesetzlichen Regelungen achten.

The Admin strikes back

(gesehen auf <https://dl.dropboxusercontent.com/u/3736340/texter/Texterherz-Regeln.htm>; Smileys: Manto (www.freedesign4.me))

Also, nachdem wir festgestellt haben, dass die letzten Nutzungsbedingungen wohl für manche zu kompliziert formuliert waren, haben wir diese etwas verkürzt und vereinfacht.

Regel 1:

Benehmt euch, sonst ...



Regel 2:

Ärgert nicht den Admin, sonst ...



Überflüssige Motz- & Stänkerposts werden kommentarlos gelöscht, Off-Topic-Diskussionen über die Administration in Threads genauso. Dafür gibt's die PN (= Private Nachricht) und NUR die PN. Nazivergleiche führen übrigens zum sofortigen Ausschluss ohne Pardon. Ich behalte mir auch vor, Posts, die überhaupt nichts mit dem Gruppenthema zu tun haben, zu löschen.

Regel 3:

Wer Doppel postet ...



Es ist wohl nicht zuviel verlangt, mal zwei Tage zurückzuscrollen ... Doppelposts können ohne große Vorwarnungen gelöscht werden.

Regel 4:

Wer Bilder postet, hat die Rechte daran oder die Bilder sind gemeinfrei und stellt den Betreiber der Gruppe von jeglicher Haftung frei. **Weil, wenn der Abmahnanwalt kommt:**

