



Anlage zu Top 3 – Bildrichtlinien der KJSÖ

18. IDF, 2013

f. d. Anlage: Alex Kurucz

Bildrichtlinien der Katholischen Jungschar

Als Ergänzung zu „Kommunikationsrichtlinien, CD,...“

Leitgedanken und Prinzipien

Die Auswahl von Bildern und Botschaften soll auf der Grundlage dieser vorrangigen Prinzipien getroffen werden:

- Achtung der Würde der abgebildeten Menschen.
- Die Gleichheit aller Menschen (besonders auch in Hinblick auf Gendersensibilität).
- Die Anerkennung der Notwendigkeit, Fairness, Solidarität und Gerechtigkeit zu fördern.
- Allgemeine Transparenz der Beweggründe (alle Beteiligten müssen über den groben Kontext der Verwendung des Bildmaterials informiert werden – wann, wo, wie, wofür)

Dementsprechend bemühen wir uns, in unserem öffentlichen Auftritt und überall dort, wo es bei der Darstellung der Realität umsetzbar und angemessen ist, Folgendes umzusetzen:

- Bilder und Botschaften auf der Grundlage von Werten wie Respekt, Gleichheit, Solidarität und Gerechtigkeit auszuwählen;
- Bilder und Botschaften zu vermeiden, die Menschen, Lebenssituationen oder Orte möglicherweise klischeehaft darstellen, überzeichnen oder diskriminieren;
- Bilder, Botschaften und Fallstudien wenn möglich nur mit dem vollständigen Wissen, der Beteiligung und der Erlaubnis der betroffenen Personen (bzw. ihrer Erziehungsberechtigten) zu benutzen;
- Sicher zu stellen, dass die abgebildeten Personen, die Möglichkeit haben, aktiv an der Bildgestaltung teil zu haben;
- Festzustellen, ob die betroffenen Personen genannt oder erkennbar sein möchten und immer dementsprechend zu handeln;
- Den höchsten Standards in Bezug auf die, in der Kinderrechtskonvention vereinbarten, Kinderrechte zu entsprechen, da Kinder die am häufigsten abgebildeten Personen sind.

Inhalt:

1: Wozu ein Bild?

2: Umgang mit Bildern und Botschaften von Kindern und Jugendlichen

3: Bildproduktion

4: Einwilligungen

5: Bildverarbeitung und –verwendung

6: Checkliste

1: Wozu ein Bild?

Organisationen benutzen Bilder und Botschaften für unterschiedliche Zwecke, wie z.B. den folgenden:

- zur Information (Medien/ Bildung)
- zur Vermarktung (Marketing/ Fundraising)
- zum Überzeugen (Advocacy/ Lobbying)
- zur Berichtslegung für Fördergeber/innen

Das institutionelle Eigeninteresse soll folglich mit der Verantwortung, die man gegenüber den Abgebildeten in Balance sein.

Überprüfen kann man die Wirkung der ausgewählten Bilder immer wieder, indem man sich fragt: „Würde ich auch so dargestellt werden wollen? Will ich, dass meine Kinder so dargestellt werden? Will ich, dass es den Anschein hat, dass andere mehr über mich wissen als ich selbst über mich weiß?“ Es kann hierbei nicht darum gehen, Darstellungen als „richtig“ oder „falsch“ zu bewerten. Vielmehr gilt es im Zuge dessen zu hinterfragen, auf welche Art und Weise bestimmte Stereotype (z.B. bastelnde Mädchen, Fußball-spielende Buben, hübsche lachende Kindergesichter, schlanke sportliche Kinder) dargestellt werden und wozu.

Der öffentliche Auftritt, in unserem Fall u.a. Werkbriefe, Berichte, Kampagnen, Bildungsmaterialien, Spendenaufrufe und Webauftritt, bedient sich automatisch erlernter Deutungsmuster in Bild und Sprache, um in möglichst kurzer Zeit auf die/den Betrachter/in verständlich zu wirken.

Zu fragen ist deshalb,

- wer wen wie und wozu darstellt;
- welcher Ausschnitt bewusst gewählt und vor allem
- von wem dieser auserwählt wird;
- wie dabei die Perspektivenvielfalt zu einer quasi eindeutigen Perspektive reduziert wird und

wie man die Zielgruppe auf emotionaler Ebene für ein Thema gewinnen kann, ohne dabei auf Stereotype zurückzugreifen.

Achtung: Die neuen sozialen Medien (Facebook, Twitter etc.) haben neue Möglichkeiten für die Verbreitung von Bildmaterial eröffnet. Hier gilt es besonders sensibel mit Nutzungsrechten umzugehen, da einerseits Plattformen wie Facebook mit der Veröffentlichung des Bildes gewisse Nutzungsrechte daran erwerben und andererseits nicht abgeschätzt werden kann, welche Konsequenzen bestimmte Bilder nach sich ziehen können (z.B. bei späteren Bewerbungsverfahren, Mobbing im Netz...)

Wir haben als Kinderorganisation auch die Aufgabe, als Vorbild unsere Netzauftritte zu gestalten. Eine Auseinandersetzung, warum ich welche Fotos (nicht) auf Facebook oder die Homepage stelle (z.B. Portraitfotos mit Namen oder möglicherweise kompromittierende Darstellungen – auch wenn sie in einem Moment als lustig empfunden werden-, da ja Organisationsseiten meist offen zugänglich sind), auch wenn es von z.B. Grundschulleitender/innen gewünscht wird, ist notwendig und muss für jede Veranstaltung miteingeplant werden.

Begriffe

- Der Begriff „Bilder“ bezeichnet im Leitfaden jegliche visuelle Darstellung von Menschen, Orten und Situationen, ob durch Fotos, Bilder, Illustrationen, Cartoons oder Videos.
- Der Begriff „Botschaften“ bezeichnet im Leitfaden mündliche und schriftliche Kommunikation, ob in Titeln, Überschriften, (Bild-)Unterschriften, Fallstudien, Artikeln, Radio-/Fernsehinterviews, öffentlichen Foren oder in der Werbung.
- Bilder und Botschaften können durch unterschiedliche Kanäle kommuniziert werden, wie z.B. durch Presse, Radio, Fernsehen, Internet, Magazine, Vorträge, SMS, Plakatanzeigen, Poster, Broschüren, Flyer, Pressemitteilungen, Interviews, Marketingmaterial und interne Dokumente.
- Der Urheber: Urheber können nur eine oder mehrere natürliche Personen sein, juristische Personen können nur Verwertungsrechte an urheberrechtlich geschützten Werken erlangen. Urheber eines Werkes ist somit, wer es geschaffen hat.
- Verwertungs- oder Nutzungsrechte: Im Falle einer Schöpfung durch einen Dienstnehmer bleiben die Urheberrechte somit beim Dienstnehmer, dies unabhängig davon, in welchem Verhältnis (Arbeitnehmer, Angestellter, Werkunternehmer, freier Mitarbeiter, Freelancer) Dienstnehmer und Dienstgeber zueinander stehen. Die Verwertungsrechte an dem geschaffenen Werk gehen, wenn das Werk durch den Dienstnehmer im Rahmen seiner Dienstpflichten geschaffen wurde auf den Dienstgeber über.

2: Umgang mit Bildern und Botschaften von Kindern und Jugendlichen

Da Kinder und Jugendliche mitunter die meist fotografierten Motive sind, muss ihre Situation besonders berücksichtigt werden.

- Die Mitbestimmung und Beteiligung von Kindern und Jugendlichen sollten gefördert werden, indem es ihnen ermöglicht wird, ihre Meinung frei zu äußern und ihre Ideen mitzuteilen.
- Nach Möglichkeit, sollte die Öffentlichkeit über positive Aktionen von Kindern und Jugendlichen informiert werden, ob auf lokaler, nationaler oder globaler Ebene.
- Es darf keine Verwundbarkeit erzeugt werden, wo keine besteht (z.B. Bilder, die von oben auf Kinder schauen).
- Kein Fotografieren von nackten bzw. spärlich gekleideten Kindern, außer (Anlassfall Wasserspiele auf Lager oder Kinderveranstaltung) es wird mit ausreichender Distanz fotografiert und die Kinder werden nicht zu Objekten, sondern als Teil einer Szenerie abgebildet.
- Die Fotoeinstellung sollte auf Augenhöhe des Kindes sein, keinesfalls von oben herab.
- Das Kind/die Kinder soll/en wissen, dass es/sie fotografiert wird/werden.
- keine Fragen stellen, um Emotionen zu wecken oder die Kinder überreden, besonders fröhlich oder nachdenklich etc. drein zu schauen.

3: Bildproduktion

Vorab

- Briefing der Fotograf/innen - Der Fotograf/die Fotografin sollte den Leitfaden kennen und sich mit den Zielen und Intentionen identifizieren.
- Bei kommerziellen Fotograf/innen hängt der Preis u.a. vom Umfang der gewährten Nutzung ab. Dies muss bei der tatsächlichen Verwendung berücksichtigt werden!
- Fotograf/innen sollten gut über die Veranstaltung informiert sein (was ist das Ziel, worüber wollen wir im Anschluss berichten, wozu brauchen wir die Bilder), genügend Zeit und Lust mitbringen, um die Szenerie eingehend zu erkunden.
- Weg vom Schnappschuss hin zur bewussten Fotografie (Qualität zählt mehr als Quantität). Dazu braucht es Know-How und gutes Equipment.

Beim Fotografieren selbst

- Rücksichtsvoll verhalten, wenn möglich Zustimmung einholen (z.B. Blickkontakt)
- Ausgewählt und mit Bedacht fotografieren bzw. filmen (Verwendung des Bildmaterials vor dem inneren Auge, Bedeutung und Ziel der Veranstaltung)
- Schon während der Veranstaltung Qualität der Bilder kontrollieren und gegebenenfalls sortieren/löschen.

Danach

- Sichtung, Archivierung (weniger ist mehr), Beschlagwortung
- Einverständnis für Verwendung (bei diözesanen, pfarrlichen etc. Veranstaltungen) einholen.
- Belegexemplare schicken

Manchmal kann es auch sinnvoll sein, auf die Abbildung von Menschen gänzlich zu verzichten und stattdessen Symbolfotos zu verwenden, z.B. wehende Fähnchen, Kisten voller Bälle, Zeichnungen, Plakate...

4: Einwilligungen

Mündliche Einwilligung:

Wenn möglich, sollte man bereits eine Beziehung zu den betreffenden Personen aufgebaut haben, bevor man beginnt Fotos zu machen. Wenn man auf Personen direkt zugeht, sollte man sich zunächst vorstellen und höflich den Zweck seines Besuches oder den Grund, warum man das Foto machen möchte, erklären. Für eine mündliche Einwilligung bei Kindern sollte ein geeigneter Erwachsener ausfindig gemacht werden. Falls nicht möglich, die Kinder aber auf jeden Fall um ihre Einwilligung bitten bzw. sie an der Gestaltung des Bildes teilhaben lassen.

Schriftliche Einwilligung:

Bei verbindlichen Anmeldungen können eine schriftliche Einwilligung der Erziehungsberechtigten und Information über die Verwendung des Bildmaterials ohne größeren Aufwand eingeholt bzw. vermittelt werden.

Eine schriftliche Einwilligung ist allerdings nicht in allen Situationen möglich. Großveranstaltungen im öffentlichen Raum ohne Anmeldung wie Demonstrationen brauchen keine Einwilligung, sofern gewisse ethische Grundregeln befolgt werden (Achtung der Würde, keine Fotomontagen, nicht für kommerzielle Werbezwecke). Für die Gruppenstunde und Aktivitäten innerhalb der Gruppe gilt genauso der Grundsatz der Transparenz: Die Eltern und die Kinder müssen vorab darüber informiert werden, ob, wann, wo, wofür Bilder gemacht werden.

Beispiel:

Bei Jahresbeginn in Jungschargruppenstunden und bei der Anmeldung bzw. der Vorabinformation für die Veranstaltung müssen die Teilnehmer/innen darüber informiert werden, dass fotografiert, gefilmt etc. wird. Wenn möglich ist eine Einverständniserklärung (zusammen mit der Anmeldung) einzuholen.

5: Bildverarbeitung und –verwendung

Bildbearbeitung:

- Die Bilder dürfen nachbearbeitet werden, jedoch muss darauf geachtet werden, dass die Bilder nicht aus dem groben Kontext gerissen werden.
- Ebenso soll auf eine Verzerrung und Veränderung der Personen verzichtet werden.

Bildarchivierung

- Hilfreich und förderlich für die Umsetzung ist sicherlich die Ausstattung mit einer guten Fotodatenbank mit umfassenden Informationen.
- Zeitnahe Dokumentation – damit keine Infos verlorengehen.
- Umfassende Archivierung mit möglichst detaillierten Angaben.
 - Urheber/in
 - Datum
 - Nutzungsrechte von Fotograf/in und Motiv
 - Namen der Abgebildeten
 - Geschichte und Kontext (Ort, Projekt etc.)
 - Rückfrage- bzw. Kontaktmöglichkeit

Bildverwendung

- Bei sensiblen und/oder negativ behafteten Themen, wie z.B. sexualisierte Gewalt, werden keine Bilder mit erkennbaren Personen verwendet, es sei denn diese wurden klar für diesen Zweck erstellt.
- Info über gesetzliche Regelungen über die Verwendung und Veröffentlichung von Bildmaterial einholen.
- Bilder und Botschaften dürfen nicht durch einen falschen Kontext verzerrt werden. (Vermeidung von Bild-Text Schere)

- Wenn möglich: Eine gute Bildunterschrift, die die Situation umfassend beschreibt.

6: Checkliste

Bevor eine Entscheidung zur Verwendung eines Fotos oder einer Botschaft fällt, könnten folgende Fragen hilfreich sein:

- Wird die Würde anderer Personen beim Gebrauch des geplanten Fotos/der geplanten Botschaft gewahrt?
- Würden die betreffenden Personen dieses Foto/diese Botschaft als eine faire und wahrheitsgemäße Darstellung empfinden?
- Haben alle betreffenden Personen dieser Verwendung ihres Fotos/ihrer Geschichte zugestimmt?
- Würde die Verwendung dieses Fotos/dieser Botschaft jemanden beleidigen oder verletzen?
- Könnte dieses Foto/diese Botschaft dazu beitragen Menschen, Orte oder Situationen zu stereotypisieren (bastelnde Mädchen, die nur kichern; Buben, die wild raufen...)?
- Achtung auf die eigenen blinden Flecken: Was finde ich hübsch und abbildenswert? Schließe ich dadurch andere aus? Wodurch lasse ich mich leiten (ästhetische Ansprüche, komische Situationen oder lückenlose Dokumentation...)
- **„Möchte ich, dass mein Kind oder ich selbst so dargestellt wird oder werde?“**

Einverständniserklärung

Ich erkläre mich damit einverstanden, dass Fotos und/oder Videomaterialien veröffentlicht werden, die im Rahmen von Jungschar Veranstaltungen und Gruppenstunden entstanden sind und auf denen möglicherweise

- ich selbst zu sehen bin
- mein Sohn _____ (Familienname, Vorname) bzw. meine Tochter _____ (Familienname, Vorname) zu sehen ist,

Zutreffendes bitte ankreuzen!

Ich stimme zu, dass die Fotos bzw. Videos in folgenden Online- und/oder Printmedien veröffentlicht werden:

- in Publikationen (sowohl online als auch in Druckform), die im Rahmen der Jungschar entstanden sind z. B. Informationsbroschüren, Behelp, ...
- auf der Homepage der Jungschar
- auf Seiten von Sozialen Medien, die von der Jungschar betreut werden.

Zutreffendes bitte ankreuzen!

Es werden keine Portraits oder Bilder verbunden mit personenbezogenen Daten veröffentlicht.

Ich kann diese Erklärung jederzeit schriftlich widerrufen. Dieser Widerruf gilt für alle zukünftigen Veröffentlichungen, nicht jedoch für bereits erfolgte Publikationen.

Familienname der abgebildeten Person:	
Vorname:	
Datum:	
Unterschrift der/des Erziehungsberechtigten (bzw. der/des Eigenberechtigten):	

Einverständniserklärung Veranstaltungsankündigung

Wir möchten Sie darauf Hinweisen, dass bei dieser Veranstaltung Video bzw. Fotos im Auftrag der Katholischen Jungschar angefertigt werden. Mit der Teilnahme erklären Sie sich bereit, dass Aufnahmen von Ihnen und Ihren Kindern für Vereinszwecke der Katholischen Jungschar Österreichs verwendet werden dürfen.

Oder

Ich erkläre mich ausdrücklich damit einverstanden, dass allfälliges Bild-, Ton- oder Filmmaterial, welches im Rahmen der (VERANSTALTUNG) von meiner Person und/oder von meinen Kindern aufgenommen wird, auf der Website (...) sowie im Pfarrblatt (... + ev. weitere Medien) veröffentlicht wird.