

## Menschen verändern Bilder – Bilder verändern Menschen

Peter Holzwarth



---

WIE KANN MAN BILDER VERÄNDERN? +++ WAS IST  
MANIPULATION? +++ KREATIVE BEDEUTUNGSSPIELE  
MIT BILDERN +++

---

## Inhaltsverzeichnis

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Einführung</b>                                                                                 | 3  |
| <b>Kurz und bündig</b>                                                                            |    |
| Was man über Bilder wissen sollte                                                                 | 4  |
| <b>Menschen verändern Bilder – Bilder verändern Menschen</b>                                      |    |
| Lernen mit Bildern – Lernen über Bilder                                                           | 5  |
| Sind veränderte Bilder bereits manipulierte Bilder?                                               | 6  |
| Wie können Bildbedeutungen konstruiert werden?                                                    | 7  |
| <b>Unterrichtsideen</b>                                                                           |    |
| Bildmanipulation erkennen                                                                         | 9  |
| Bildmanipulation in Filmbeispielen diskutieren                                                    | 11 |
| Ferienfotos beurteilen – Wo fängt Manipulation an?                                                | 12 |
| <i>Variante mit Personenfotos</i>                                                                 | 13 |
| Bildausschnitte ergänzen                                                                          | 14 |
| Mit Bildunterschriften die Bedeutung verändern                                                    | 15 |
| Verpackungsfotos mit dem realen Lebensmittel vergleichen                                          | 16 |
| Eine Collage mit Werbefotos gestalten                                                             | 17 |
| <b>Anhang</b>                                                                                     |    |
| Kriterien für das Erkennen von Bildmanipulationen                                                 | 18 |
| Unterrichtsmaterialien SRF mySchool (von Friederike Tilemann, Mareike Düssel und Peter Holzwarth) | 19 |
| «Bildlegende – mehr als ein paar Worte»                                                           | 19 |
| «Perspektivenwechsel? – Politikerinnen und Politiker im Fokus»                                    | 21 |
| Literatur und Links                                                                               | 24 |
| Impressum                                                                                         | 28 |

## Einführung

### *Medien im Kontext*

Die Dossiers in der Reihe «Medien im Kontext» greifen zum einen gesellschaftlich relevante Themen und Aufgabenfelder der Medienbildung auf und widmen sich andererseits praktischen Unterrichtsthemen. Das Spektrum reicht von exemplarischen Unterrichtsideen und medienpädagogischen Projekten bis zu ausgewählten Produktanalysen und Materialien im Medienverbund. Die Dossiers sollen Lehrpersonen, Studierenden und Erziehenden Anregungen geben, wie sie Unterricht mit Medien gestalten und medienbildnerische Prozesse anregen können.

### *Menschen verändern Bilder – Bilder verändern Menschen*

Das vorliegende Dossier enthält Anregungen für die Auseinandersetzung mit den Themen Bildgestaltung und Manipulation.

- Wie lassen sich Bilder gestalten und verändern?
- Wo liegen die Grenzen zu Manipulation und Täuschung?
- Wie beeinflussen und prägen Bilder unsere Sicht der Welt?

Ziel des Dossiers ist es, Hinweise für einen kritischen und kompetenten Umgang mit Bildern zu geben. Hierfür werden kreative sprach- und handlungsorientierte Unterrichtsideen vorgestellt.

### *«Bildung kommt von Bild»*

Als Elemente einer Bildkompetenz nennt der Zürcher Medienpädagoge Christian Doelker unter anderem die folgenden Aspekte und Fähigkeiten:

- Qualifizierter mit Bild umgehen, sich nicht von Bildern fremdbestimmen lassen, das heisst, sich nicht zum eigenen Nachteil beeinflussen lassen. Bildmanipulationen durchschauen können.
- Bilder richtig einschätzen. Um was für ein Bild handelt es sich? Welches ist sein Bezug zur Wirklichkeit? Dokumentiert es eine bestehende Wirklichkeit? Steht es für eine erfundene Wirklichkeit (Fiktion)? Will es eine bestimmte Handlung, z. B. einen Kaufentscheid für ein Produkt, auslösen?
- Die technische Machart des Bildes erkennen, insbesondere wissen, dass digital hergestellte Bilder beliebig verändert und damit auch gefälscht werden können.

Christian Doelker, *media in media* (2005), S. 116

## Kurz und bündig – Was man über Bilder wissen sollte

**Medienkompass 1**  
1.2 «Punkt für Punkt ein Bild»  
1.3 «Welten hinter dem Bildschirm»

**Medienkompass 2**  
2.11 «Den Informationen auf den Puls gefühlt»

**Medienkompass 1 + 2**  
1.10 «Bilder und Texte erzählen Geschichten»  
2.10 «Wort und Bild im Dialog»

**Medienkompass 2**  
2.3 «Mehr als die Wirklichkeit»

**Medienkompass 1 + 2**  
1.3 «Welten hinter dem Bildschirm»  
2.10 «Wort und Bild im Dialog»

**Medienkompass 1 + 2**  
1.17 «Supermann und Superfrau»  
2.10 «Wort und Bild im Dialog»

**Medienkompass 2**  
2.17 «Information für alle»

1. Im digitalen Zeitalter kann man keinem Foto mehr trauen. Jedes Bild könnte mit computergestützten Bildbearbeitungsprogrammen pixelgenau verändert worden sein.
2. Schon vor der Erfindung von Computern wurden Fotografien verändert und manipuliert. Beispielsweise wurden in Ungnade gefallene Politiker von fotografischen Abbildungen wegretuschiert.
3. Auch durch Perspektive, Bildausschnitt, Bildunterschrift und weitere gestalterische Mittel lassen sich Bedeutungen verändern und in bestimmte Richtungen lenken.
4. Kinder und Jugendliche sind heute so stark wie nie mit medial konstruierten Schönheitsidealen konfrontiert.
5. Unser Wissen von der Welt (z. B. unbekannte Länder) wird massgeblich durch mediale Bilder geprägt.
6. Werbung arbeitet bewusst mit wirkungsvollen Bildern und versucht so auf unsere Kaufentscheidungen Einfluss zu nehmen.
7. Für eine funktionstüchtige Demokratie sind bildkompetente und kritische Bürgerinnen und Bürger unerlässlich, denn die Meinungsbildung in politischen Prozessen erfolgt heute vor allem über Bildmedien.



**Abb. 1 a und 1 b:**  
Lehrmittel der Interkantonalen Lehrmittelzentrale. Lehrmittelverlag des Kantons Zürich, 2012.

## Bilder verändern Menschen – Menschen verändern Bilder

|                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Leben in einer Bilderwelt</i>                                                                                  | <p>Kinder und Jugendliche sind umgeben von Bildern: Werbebildern, die Aufmerksamkeit erregen, bewegten Bildern im Fernsehen, didaktischen Bildern in der Schule, Fotos auf Handys und im Internet, Fotos auf Postern im Kinderzimmer ...</p> <p>Viele Beobachter gehen davon aus, dass die Bedeutung des Visuellen in unserer globalisierten und technisierten Welt zugenommen hat. Immer mehr Menschen sind nicht nur Nutzer, sondern auch Produzenten von Bildern (Foto-Handy, Digitalkamera). Durch Migration und weltweite Vernetzung werden Menschen zudem intensiver als je zuvor mit «fremden» Bildwelten konfrontiert (z. B. Ästhetik des Bollywood-Kinos).</p> |
| <i>Das Lesen von Bildern muss gelernt werden.</i>                                                                 | <p><b>Lernen mit Bildern – Lernen über Bilder</b></p> <p>Während die Entwicklung von Lese- und Schreibkompetenzen schon seit jeher als zentrale Aufgabe der Schule gesehen wird, ist die Vermittlung visueller Kompetenz (<i>visual literacy</i>) oft noch wenig im Fokus schulischer Arbeit. Auch das «Lesen» bzw. Verstehen von Bildern will gelernt sein, ebenso die Produktion von visuellen Botschaften.</p>                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <i>Bilder als Lernanlässe in der Schule</i>                                                                       | <p>Das Arbeiten mit Bildern im Unterricht schafft fächerübergreifende Lernanlässe – sowohl für Lehrpersonen als auch für Schülerinnen und Schüler: z. B. Lernen <i>mit</i> Bildern bei einem Referat mit Powerpoint oder Lernen <i>über</i> Bilder bei einer Diskussion über selbstgemachte Visitenkarten.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <i>Funktionen von Bildern kennen</i>                                                                              | <p>Wichtig ist, sich zu überlegen, welche Funktion ein Bild erfüllen soll: Wird Wissen visuell abgebildet oder strukturiert, handelt es sich um eine beispielhafte Illustration zum Thema oder dient das Bild lediglich zur Motivation und soll als <i>Eyecatcher</i> die Aufmerksamkeit auf sich ziehen (vgl. <i>Medienkompass 2</i>, S. 52f.)?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <i>Unsere Weltbilder sind von Vorbildern aus den Medien mitbestimmt und müssen immer wieder überprüft werden.</i> | <p>Bilder über andere Länder ermöglichen Zugänge zu geografisch weit entfernten Phänomenen. Das Nachdenken über unsere Weltbilder und unsere «Bilder vom Anderen» kann das Wechselspiel von äusseren medialen <i>Vorbildern</i> und inneren Vorstellungsbildern anstossen: Obwohl viele Menschen nicht persönlich im Senegal waren, haben sie doch eine bestimmte Vorstellung von diesem Land und den Menschen, die dort leben.</p>                                                                                                                                                                                                                                     |

*Fotografie hilft jungen Menschen,  
sich von aussen zu sehen.*

*Bilder sind immer beides:  
Wahrheit und Lüge*

*Welchen Bildern kann man heute  
noch trauen?*



**Abb. 2:** Pirogge im Senegal.



**Abb. 3:** Telefonladen im Senegal.

Historische Fotografien vermitteln Einblicke in zeitlich entfernte Aspekte und sind daher wertvolle Quellen für einen lebendigen Geschichtsunterricht. Geschichtsbilder bzw. Vorstellungsbilder von einer bestimmten Epoche sind ebenfalls medial konstruiert.

Auch die Möglichkeit, sich selbst durch Fotografie anders wahrzunehmen, ist für junge Menschen von zentraler Bedeutung. Fotografien ermöglichen es, sich selbst von aussen zu sehen und verschiedene visuelle Identitätsentwürfe zu testen: Wie wirke ich mit dieser Frisur, mit dem Outfit, mit dieser Körperhaltung oder in diesem Berufskontext (vgl. social-network-Plattformen)?

Fotografie hilft dem Menschen, sich selbst und die Welt besser zu verstehen. Gleichzeitig gibt sie neue Rätsel auf. Wahrheitsgehalt und Bezug zur Wirklichkeit müssen geklärt werden, denn Fotografien leisten beides: Dokumentation wie auch Konstruktion von Wirklichkeit.

### ***Sind veränderte Bilder bereits manipulierte Bilder?***

Fotos wird nach wie vor ein Beweischarakter zugeschrieben: Das Passfoto im Ausweis dient als Beweis für die Identität des Besitzers, Radarfotos belegen Geschwindigkeitsübertretungen im Strassenverkehr, das Zielfoto zeigt, wer den Hundertmeterlauf gewonnen hat. – Dieser Beweischarakter muss allerdings auch immer wieder in Frage gestellt werden:

- Kann man fotografischen Abbildungen im Zeitalter digitaler Bildbearbeitungsmöglichkeiten trauen?
- Konnte man Fotografien jemals trauen?
- Sind die Menschen in der Werbung wirklich so makellos schön, wie sie aussehen?
- Ist das Mädchen oder der Junge im Chat wirklich so attraktiv wie auf dem Foto oder wurde da nachgeholfen?
- War der Krieg im Irak wirklich so mikroskopisch genau, wie mediale Präsentationen nahelegen?
- Hat eine bestimmte Handlung oder ein Ereignis nur stattgefunden, weil Fotografen und Journalisten anwesend waren?
- Wie wirkt die Macht der Bilder mit der Macht der Worte zusammen? Wie verändern Bildunterschriften die Wirkung der Fotos?
- Was bedeutet die Konfrontation mit idealisierten Schönheitsidealen für die Entwicklung des eigenen Körperselbstbildes?
- Was bedeutet die Möglichkeit der selektiven Darstellung von politischen Ereignissen für die Entwicklung eines kritischen Demokratiebewusstseins?
- Was bedeutet Manipulation genau, wenn eigentlich jedes Bild auch eine Wirklichkeit konstruiert?

In der Bezeichnung «Bildmanipulation» schwingen zwei Bedeutungsebenen mit: «Manipulation von Bildern» und «Manipulation durch Bilder». Manipulation

*Bildmanipulation = Veränderung  
+ Täuschungsabsicht*

bezieht sich sowohl auf die *Veränderung am Bild* als auch auf die angestrebte Veränderung von Einstellungen beim Betrachter. Aber nicht jede Veränderung am Bild stellt gleichzeitig schon einen Fall von Bildmanipulation dar.

Von Manipulation (im engeren Sinn) sollte nur dann gesprochen werden, wenn Bilder eingesetzt werden, um eine bestimmte Wirklichkeit vorzutäuschen und die Betrachter vorsätzlich und zum eigenen Vorteil zu beeinflussen, z. B. zum Kauf von Produkten, zur Erhöhung einer Attraktivitätseinschätzung, zur Übernahme einer Meinung oder zur Wahl eines Politikers.

Manipulation findet dann statt, wenn Vorspiegelungen von Wirklichkeit vorgenommen werden, ohne dass der Betrachter über Möglichkeiten oder Voraussetzungen verfügt, die dargestellte Sachlage zu überprüfen oder sich aus genügend mitgelieferten Elementen eine eigene Meinung bilden zu können.

Christian Doelker, *Kulturtechnik Fernsehen* (1989), S. 57

Die Grenzen zwischen *Bildgestaltung* und *Bildmanipulation* können fließend sein. Oft werden Bilder so offensichtlich verändert, dass gar nicht von einer Täuschungsabsicht gesprochen werden kann, z. B. wenn ein Froschkörper mit dem Kopf eines Schweins kombiniert wird (S. 9).

Wenn von Manipulation die Rede ist, schwingt oft die Vorstellung mit, wir seien ihr schutzlos ausgeliefert. Menschen eignen sich Medien jedoch aktiv und selektiv an. Dabei spielen individuelle Bedürfnisse, frühere Rezeptionserfahrungen und Aneignungskontexte eine Rolle (z. B. Freizeit, Schule, Familie). Generell sind daher beide Perspektiven zu berücksichtigen: «Was machen die Medien mit den Menschen?» und «Was machen die Menschen mit den Medien?»

### **Wie können Bildbedeutungen konstruiert werden?**

Zeitlich gesehen können Bildbedeutungen *vor*, *während* und *nach* der Aufnahme beeinflusst werden:

|                                                          | <b>Vor der Aufnahme</b>                                                                                 | <b>Während der Aufnahme</b>                                                                                                                                   | <b>Nach der Aufnahme</b>                                                                                            |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>«Manipulativer» Eingriff / Bedeutungskonstruktion</b> | Inszenierung der Situation: Kulisse, Maske, Beleuchtung                                                 | Wahl des Ausschnitts, der Perspektive, des Bildformats oder anderer Gestaltungselemente                                                                       | Digitale oder mechanische Veränderungen am (fotografierten) Bild                                                    |
| <b>Beispiel (vgl. Abb. 4–9)</b>                          | Ein Politiker bekommt beim Fernsehinterview ein Podest, damit er nicht kleiner als der Moderator wirkt. | Ein Kirchturm, der neben einem grossen Hotelkomplex klein und unscheinbar wirkt, wird so fotografiert, dass der Bildausschnitt das störende Gebäude ausspart. | Eine Gesicht mit erkennbaren Hautporen wird abfotografiert und danach mit einem Bildbearbeitungsprogramm geglättet. |



Die folgenden Beispiele veranschaulichen Bedeutungsveränderungen *vor* (Inszenierung), *während* (Wahl des Ausschnitts) und *nach* der Aufnahme (Bildbearbeitung).



**Abb. 4:** Die Interviewsituation wurde so gefilmt, dass Journalist und Politiker auf Augenhöhe positioniert erscheinen. Vergleiche die Analyse zu diesem Bild auf SRF mySchool (<http://www.srf.ch/myschool> > Themen > Medien: Medienkompetenz)



**Abb. 5:** Der Politiker Gerhard Schröder (Bundeskanzler der Bundesrepublik Deutschland von 1998–2005) bekam ein Podest, damit die unterschiedlichen Grössenverhältnisse ausgeglichen erscheinen.



**Abb. 6:** Der Bildausschnitt wurde so gewählt, dass der Kirchturm die umliegenden Gebäude überragt. Aber die Idylle ist abhängig vom Bildausschnitt.



**Abb. 7:** Der Kirchturm wurde so fotografiert, dass er im Verhältnis zum Hotelkomplex klein erscheint. Das Foto könnte als Kritik an moderner Stadtplanung verstanden werden.



**Abb. 8:** Die Gesichtshaut wirkt glatt und gleichmässig.



**Abb. 9:** Die Gesichtshaut weist Unreinheiten auf.



## Unterrichtsideen

### Bildmanipulation erkennen

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thema/Ziel</b>  | Die Schülerinnen und Schüler beurteilen, ob eine bestimmte Auswahl an vorgegebenen Fotografien manipuliert sind. Sie sollen herausfinden, auf welche Weise und zu welchem Zeitpunkt die Bilder verändert wurden: <i>vor</i> , <i>während</i> oder <i>nach</i> der Aufnahme.                                                           |
| <b>Stufe</b>       | Mittelstufe / Sekundarstufe                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Materialien</b> | Manipulierte Bilder können unter folgender Adresse gefunden werden:<br><a href="http://www.rhetorik.ch/Bildmanipulation/Bildmanipulation.html">http://www.rhetorik.ch/Bildmanipulation/Bildmanipulation.html</a><br>Weitere Beispiele liefert eine Google-Bildsuche mit den Suchbegriffen «Bildmanipulation» oder «Fotomanipulation». |

### Ablauf

Etwa fünf manipulierte und fünf nicht manipulierte Bilder werden auf dem Tisch ausbreitet oder am Computerbildschirm gezeigt.

Fragen an die Schüler/innen:

- Welche Fotos sind manipuliert, welche sind nicht manipuliert?
- Woran erkennt ihr, dass die Bilder manipuliert wurden?
- Wurden die veränderten Bilder *vor*, *während* oder *nach* der Aufnahme manipuliert? (vgl. Tabelle auf S. 7)

### Beispiele



**Abb. 10:** Diese offensichtliche Bildmanipulation zeigt eine Mischung aus Schwein und Frosch. Es ist nicht von einer Täuschungsabsicht auszugehen.



**Abb. 11 und 12:** Muhammad Husni Mubarak (Staatspräsident von Ägypten 1981–2011) wurde im Nachhinein mit einem Bildbearbeitungsprogramm an die Spitze der Personengruppe gebracht. Es ist davon auszugehen, dass damit symbolisch die Macht des Politikers verstärkt werden sollte. (Quelle: Artikel im *Guardian* vom 17.9.2010.) Vergleiche die Analyse zu diesem Bild auf SRF mySchool (<http://www.srf.ch/myschool> > Themen > Medien: Medienkompetenz).

Bilder, die man im Internet findet, lassen sich wie folgt unterscheiden:

- Bilder, die eine Vorher- und eine Nachher-Version enthalten (z. B. Frauengesicht vor der Bildbearbeitung und nach der Bildbearbeitung).
- Bilder, bei denen die Manipulation offensichtlich ist (z. B. ein Froschkörper mit dem Kopf eines Schweins).
- Bilder, bei denen die Veränderung/Manipulation nicht gleich erkennbar ist bzw. erst durch Kontextinformationen.

Peter Holzwarth,

*Kreative Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio* (2011), S. 43

### **Zusatzaufgabe**

Die Schülerinnen und Schüler (der Sekundarstufe) erstellen einen Kriterienkatalog für das Erkennen von Bildmanipulationen (vgl. Beispiel im Anhang S. 18).

### **Weitere Unterrichtsbeispiele**

«Auch Bilder können lügen», *Medienkompass* 2, S. 59.

### Bildmanipulation in Filmbeispielen diskutieren

|                    |                                                                                                                                                                    |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thema/Ziel</b>  | Die Schülerinnen und Schüler beurteilen Manipulation im Film. Sie erkennen, dass Bildmanipulation sowohl die Standbilder als auch die Bewegtbilder betreffen kann. |
| <b>Stufe</b>       | Sekundarstufe                                                                                                                                                      |
| <b>Materialien</b> | Filmbeispiele aus YouTube, DVDs aus der Bibliothek                                                                                                                 |

#### Ablauf

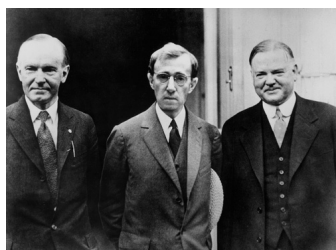
Die Schülerinnen und Schüler schauen Filmausschnitte mit Bildmanipulationen an und diskutieren über mögliche Wirkungen.

Fragen an die Schüler/innen

- An welchen Stellen wurde im Film manipuliert?
- Woran erkennt ihr, dass Filmausschnitte manipuliert wurden?
- Was wollen die Filmemacher damit bewirken?

#### Beispiele

- Spielfilm *Forrest Gump*. (Regie: Robert Zemeckis. USA 1994)  
Der Schauspieler Tom Hanks wird in historische Originalaufnahmen mit dem amerikanischen Präsidenten John F. Kennedy montiert.  
<http://www.youtube.com/watch?v=JSEdBNslGOk>
- Im Film *Zelig* (Regie: Woody Allen. USA 1983) werden Fotos gezeigt, auf denen der Schauspieler Woody Allen mit historischen Persönlichkeiten zu sehen ist. [http://www.moma.org/collection/browse\\_results.php?object\\_id=107281](http://www.moma.org/collection/browse_results.php?object_id=107281)
- Dove-Aktion für mehr Selbstwertgefühl: «Evolution»: <http://www.dove.de/de/Tipps-Themen-und-Artikel/Videos/Evolution.aspx>. Siehe auch *Medienkompass 2*: «Mehr als die Wirklichkeit» (S. 17).



**Abb. 13:** Leonard Zelig (Woody Allen) posiert mit den früheren amerikanischen Präsidenten Calvin Coolidge (links) and Herbert Hoover (rechts). (Quelle: New York, The Museum of Modern Art)

Weitere Beispiele mit Filmtricks:

- *Drei Nüsse für Aschenbrödel*: Die Nuss fällt auf den Boden und wird zu einem Ballkleid.
- *Fahrenheit 451*: Die Polizei fliegt mit speziellen Fluggeräten durch die Luft.
- *2012*: Die Erde wird bricht auseinander und wird überflutet
- *Matrix*: Die Schwerkraft wird aufgehoben. Kämpfer wirbeln durch die Luft.
- *Die unendliche Geschichte*: Bastian reitet auf dem Rücken des Drachen Fuchur durch die Luft (Bluescreen-Effekt).

#### Zusatzaufgabe

Die Schülerinnen und Schüler nennen eigene Filmbeispiele, bei denen sie Bildmanipulation beziehungsweise Filmtricks vermuten und beschreiben ihre Beurteilungskriterien.

### Ferienfotos beurteilen – Wo fängt Manipulation an?

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thema/Ziel</b>  | Die Schülerinnen und Schüler beurteilen Fotos aus Reisekatalogen und eigene Ferienfotos. Diskussion: Wann kann von «Manipulation» gesprochen werden? Sie lernen, dass nicht jede Art von Bildveränderung mit Manipulation gleichzusetzen ist. Es kommt auf die Intention an und darauf, wie die Botschaft beim Bildbetrachter ankommt. In gleicher Weise können auch Selbstporträts der Schülerinnen und Schüler auf Facebook oder <a href="http://www.meinbild.ch">www.meinbild.ch</a> analysiert werden. |
| <b>Stufe</b>       | Mittelstufe / Sekundarstufe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Materialien</b> | Eigene Ferienfotos und Fotos aus Ferienkatalogen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

#### Ablauf

Die Schülerinnen und Schüler beurteilen eigene Ferienfotos und diskutieren:

- Ist das bereits Manipulation, wenn man am Ferienort vor allem die schönen Dinge wie Strand, Sonnenuntergang oder Marktstände fotografiert oder störenden Abfall entfernt, bevor man das Foto schießt?
- Darf man Fotofilter verwenden, damit das Meer noch blauer erscheint?
- Ist es zulässig, eine hässliche Fabrik mit einem Bildbearbeitungsprogramm wegzuretouchieren?
- Macht es einen Unterschied, ob die Fotos für einen Reisekatalog fotografiert wurden oder für das Fotoalbum oder einen Fotoabend?
- Kann man die Wirklichkeit überhaupt fotografieren, ohne zu manipulieren?

Die Schülerinnen und Schüler platzieren die mitgebrachten Fotos auf einer Skala von 0 bis 10:

| Zulässige Veränderung<br>«Hier fühle ich mich nicht betrogen» |   |   |   |   |   | Unzulässige Manipulation<br>«Hier fühle ich mich betrogen» |   |   |   |    |  |
|---------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|------------------------------------------------------------|---|---|---|----|--|
| 0                                                             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6                                                          | 7 | 8 | 9 | 10 |  |



**Abb. 14:** Strand bei Genua.

**«So schön war es am Strand» – Beispiele für mögliche Veränderungen**

|                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>a) Veränderung vor dem Fotografieren</b>                                                                                                                                                                                    |
| Ein Plastiksack wird entfernt, bevor das Foto gemacht wird.                                                                                                                                                                    |
| <b>b) Veränderung während des Fotografierens</b>                                                                                                                                                                               |
| Es wird ein Bildausschnitt gewählt, der das Kanalrohr am Strand ausspart. – Nur ein Vergleich mit der Situation vor Ort würde die Existenz des Kanalrohrs deutlich machen.                                                     |
| Der Strand wird so fotografiert, dass eine Fabrik durch einen Sonnenschirm verdeckt wird. – Nur ein Vergleich mit der Situation vor Ort würde die Existenz der Fabrik deutlich machen.                                         |
| Beim Fotografieren wird ein Filter benutzt, der das Meer intensiv glitzern lässt. – Eine Überprüfung ist schwierig, da selbst vor Ort die Farbwirkung variiert, je nach Wetter- und Lichtverhältnissen.                        |
| <b>c) Veränderung nach dem Fotografieren</b>                                                                                                                                                                                   |
| Im Bildbearbeitungsprogramm werden die Farben intensiviert (Erhöhung der Sättigung).<br>Eine Überprüfung ist schwierig, da selbst vor Ort die Farbwirkung variiert, je nach Wetter- und Lichtverhältnissen.                    |
| Im Bildbearbeitungsprogramm wird eine Fabrik aus dem Strandfoto wegretouchiert (z. B. mit dem Kopierstempel von Adobe Photoshop). – Nur ein Vergleich mit der Situation vor Ort würde die Existenz der Fabrik deutlich machen. |

**Variante mit Personenfotos**

Porträtfotos aus Social-Network-Plattformen und Bewerbungsfotos werden ähnlich wie oben beurteilt. Die verschiedenen Rangreihen werden begründet und in Hinblick auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten diskutiert.

Folgende Aspekte können eine Rolle spielen:

- Eine Person benutzt ein Bild von sich, das schwarzweiss ist und einen hohen Kontrast aufweist (um Hautunreinheiten zu minimieren).
- Eine Person benutzt ein Bild von sich, das vor 5 Jahren gemacht wurde.
- Eine Person benutzt ein Bild von sich, auf dem sie stark geschminkt ist.
- Eine Person benutzt ein Bild von sich, auf dem eine Narbe überschminkt ist.
- Eine Person benutzt ein Bild von sich, bei dem eine Narbe mit einem Bildbearbeitungsprogramm entfernt wurde (z. B. mit dem Kopierstempel von Adobe Photoshop)
- Eine Person hat ein Bild gewählt, das jemand ganz anderen darstellt.

**Weitere Unterrichtsbeispiele**

Medienkompass 2: «Wort und Bild im Dialog» (S. 52–55).

Macht es einen Unterschied, ob die Fotos als Profilbild genutzt wurden oder für eine Bewerbung?

### Bildausschnitte ergänzen

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thema/Ziel</b>  | Die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass durch die Wahl des Bildausschnittes Informationen verloren gegangen sind.<br>Wenn sich die Betrachter diesen verlorenen Bildkontext vorstellen, kann es sehr unterschiedliche Versionen geben. Oft greifen Menschen dabei auf klischeehafte Vorstellungen zurück. |
| <b>Stufe</b>       | Unterstufe / Mittelstufe / (Sekundarstufe)                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Materialien</b> | Bildausschnitte, weisses Papier, Wasserfarben, Wachsstifte etc.<br>Nach Bedarf Fotoapparat.                                                                                                                                                                                                                   |

#### Ablauf

Schülerinnen und Schüler erhalten Ausschnitte von Bildern aus Zeitschriften. Sie zeichnen oder malen Elemente, die ihrer Meinung nach auf dem Rest des Bildes zu sehen sein könnten. Die ergänzten Versionen werden anschliessend mit dem Original verglichen.

Als Alternative zu Bildausschnitten aus Zeitschriften können die Schülerinnen und Schüler selbst fotografierte Bilder gegenseitig bearbeiten. Sie fotografieren dazu Gesamtansichten im öffentlichen Raum (auf dem Dorfplatz, am Bahnhof etc). Sie drucken die Fotos aus und entnehmen einen Bildausschnitt. Ihre Kolleginnen und Kollegen gestalten anschliessend den Rest des Bildes wie oben beschrieben.

#### Beispiel



**Abb. 15:** Schülerarbeit. Grundschole in Ludwigsburg 2007.

#### Weitere Unterrichtsbeispiele

Fountain 1996, S. 71–82.



### Mit Bildunterschriften die Bedeutung verändern

|                    |                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thema/Ziel</b>  | Die Schülerinnen und Schüler experimentieren mit den Wirkungen von Bildunterschriften. Sie werden dafür sensibilisiert, dass Bildbedeutungen durch eine entsprechende Bildunterschrift in eine bestimmte Richtung gelenkt werden können. |
| <b>Stufe</b>       | (Mittelstufe) / Sekundarstufe                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Materialien</b> | Verschiedene aktuelle Zeitungen und Zeitschriften.<br>Ausgewählte Bildbeispiele aus Zeitungen und Zeitschriften. Die Bildunterschriften werden entfernt.                                                                                 |

#### Ablauf

Als Einstieg suchen die Schülerinnen und Schüler in einer aktuellen Zeitung nach Bildern mit Bildunterschriften. Die gefundenen Beispiele werden diskutiert:

- Inwiefern passen die Bildunterschriften zu den Bildern?
- Auf welche Bildelemente beziehen sich die Bildunterschriften?
- Inwiefern passt das Bild zum Artikel? Ist es ein Realbild oder ein Symbolbild?
- Inwiefern wird die Bedeutung des Bildes durch die beigelegte Bildunterschrift verändert?

In einem zweiten Schritt erhalten die Schülerinnen und Schüler ein bis drei Bilder aus anderen Zeitschriften/Zeitungen mit dem Auftrag, passende Bildunterschriften darunter zu setzen.

Anschliessend vergleichen sie die gesetzten Bildunterschriften und besprechen ihre Wirkung anhand obiger Fragen.

#### Beispiel



**Abb. 16a:** Endlich Ferien – Die Küsten Südfrankreichs locken dieses Jahr wieder sonnenhungrige Touristen aus dem Norden.



**Abb. 16b:** Das Mittelmeer in Südfrankreich – schön, aber gefährdet.

*Medienkompass 1: «Bilder und Texte erzählen Geschichten» (S. 44–47).*

*Medienkompass 2: «Wort und Bild im Dialog» (S. 52–55).*

#### Weitere Unterrichtsbeispiele

Holzwarth 2011, S. 43–44.

Museum für Kommunikation, Bern & Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Bilder, die lügen – didaktische Materialien*. 2007. S. 13.

### Verpackungsfotos mit dem realen Lebensmittel vergleichen

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thema/Ziel</b>  | Die Schülerinnen und Schüler beurteilen Fotos von Lebensmitteln auf der Verpackung und vergleichen diese mit dem echten Aussehen des Lebensmittels. Dabei sensibilisieren sie ihre Wahrnehmung für visuelle Botschaften in der Produktwerbung. Sie setzen sich kritisch mit den auseinanderklaffenden visuellen Produktversprechen und der Realität auseinander. |
| <b>Stufe</b>       | Mittelstufe / Sekundarstufe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Materialien</b> | Verschiedene Lebensmittel wie Jogurt, Müesli, Guetzli etc.<br>Fotokameras oder eigene Handys.                                                                                                                                                                                                                                                                    |

#### Ablauf

Zum Einstieg beurteilen die Schülerinnen und Schüler die Verpackungen von mitgebrachten Lebensmitteln:

- Inwiefern spricht mich das Foto des Lebensmittels auf der Verpackung an?
- Worauf achte ich, wenn ich ein Lebensmittel im Geschäft kaufe?
- Inwiefern beeinflussen das Bild oder der Text auf der Verpackung meinen Kaufentscheid?

Als Einstieg kann auch ein Film auf Youtube mit Beispielen von Verpackungsfotos angeschaut werden: «Werbung gegen Realität – ads vs. reality»

<http://de.youtube.com/watch?v=ashQKFzcvGU>.

Die Schülerinnen und Schüler sollen manipulierte Verpackungsfotos aufdecken. Dazu fotografieren sie die Lebensmittel und vergleichen das Foto mit dem Foto auf der Verpackung.

Die Aufgabe eignet sich auch als Aufgabe zu Hause: Die Schülerinnen und Schüler fotografieren das Verpackungsfoto und das Lebensmittel selbst und bringen die Fotos in die Schule.

#### Beispiel



Abb. 17–19: Verpackungsbild und Foto vom Inhalt.

#### Weitere Unterrichtsbeispiele

Medienkompass 1: «Superfrau und Superman» (S. 74–77).

#### Literatur zum Thema

Mueller, Samuel. *Werbung gegen Realität*. Köln: Eichborn, 2012.

### Eine Collage mit Werbefotos gestalten

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thema/Ziel</b>  | Die Schülerinnen und Schüler erstellen aus Werbefotos Collagen und fügen diesen eigene Elemente bei: andere Bildausschnitte, Sprechblasen etc. Sie lernen damit Möglichkeiten kennen, wie Bildbotschaften durch Hinzufügen von neuen Elementen verändert werden können.<br>Die Praxis wird auch «Adbusting» genannt (aus <i>advertisement</i> : Werbung und <i>to bust</i> : zerschlagen). |
| <b>Stufe</b>       | Mittelstufe / Sekundarstufe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Materialien</b> | Zeitschriften mit Werbung, Schere, Klebstoff, Farb- oder Filzstifte, weisses Papier für Sprechblasen.                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

#### Ablauf

Die Schülerinnen und Schüler sammeln Werbungen aus verschiedenen Zeitschriften.

Mit den Werbefotos gestalten sie in kreativer Weise ein eigenes Werbeplakat, indem sie Bilder aus verschiedenen Printwerbungen kombinieren und eventuell Sprechblasen einfügen. Die Werbeanzeigen können mit Farb- oder Filzstiften bemalt werden, oder es können neue Elemente hineingemalt werden. Damit geben die Schülerinnen und Schüler der ursprünglichen Werbebotschaft eine neue Bedeutung. Es kann auch Online-Werbung verwendet werden. Diese lässt sich am Computer digital verändern und verfremden, beispielsweise mit Adobe Photoshop.

#### Beispiel



**Abb. 20:** Adbusting-Collage.  
«Bodyrepair» / «Selected Styles»

#### Literatur zum Thema

Holzwarth 2006

## Anhang

### Kriterien für das Erkennen von Manipulation am Bild

Oft kann man nachträgliche Veränderungen am Bild nicht erkennen. Es gibt jedoch ein paar Indikatoren:

#### 1) *Handwerkliche Mängel*

Handwerklich schlecht gemachte Kombinationen (z. B. Ränder eines Kopfes sind schlecht ausgeschnitten bzw. frei gestellt, verschiedene Bildteile haben unterschiedliche Schärfe, Färbung, Körnigkeit etc., Schatten stimmen nicht überein, Überlappungen stimmen nicht überein.).

#### 2) *Identische Bildelemente wiederholen sich*

Wiederkehrende Bildelemente entstehen durch das «Stempel-Werkzeug» in digitalen Bildbearbeitungsprogrammen, Bildelemente werden kopiert und wieder eingefügt (vgl. Museum für Kommunikation, Bern & Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland 2007, S. 8).

#### 3) *Bildelemente kommen in Variationen zweimal oder mehrfach vor*

Personen sind doppelt in verschiedenen Positionen zu sehen: ein Hinweis darauf, dass zwei ähnliche Bilder miteinander kombiniert wurden (vgl. Museum für Kommunikation Bern 2007 S. 6 u. *Medienkompass* 2 2012, S. 59).

#### 4) *Unrealistische Darstellungen*

Wie hätte beispielsweise das letzte Bild eines Touristen (Flugzeug direkt im Hintergrund) auf einem der Twin-Towers am 11. September 2001 verbreitet werden können, wo doch der Turm vollständig zerstört wurde? (vgl. Museum für Kommunikation Bern 2007, S. 10).

#### 5) *Kontext des Bildes (z. B. Satiremagazin oder «Fun-Seiten» im Internet)*

In einem Satiremagazin (z. B. *Titanic*) oder auf einer Webseite mit Spassthemen ist eine Bildmanipulation besonders wahrscheinlich.

#### 6) *Verschiedene Versionen*

Es sind verschiedene Versionen eines Bildes im Umlauf (z. B. lassen sich andere Versionen im Internet finden).

Hinweis: Mit der Google-Bildsuche können Bilder auf verschiedene Fundorte und Variationen hin überprüft werden.

### Bildlegende – mehr als ein paar Worte

Die Medien arbeiten in ihrer Berichterstattung tagtäglich mit Fotos und Bildern. Diese werden mit einer Bildlegende (auch Bildunterschrift genannt) versehen. Sie soll den Betrachtenden helfen, die visuelle Information des Bildes einzuordnen. Leserinnen und Leser unterschätzen jedoch häufig den Einfluss der Bildlegende auf die Gesamtaussage des Bildes. Gerade in der politischen Berichterstattung kann die Wirkung des Bildes sehr stark durch diese wenigen Worte mit beeinflusst werden.

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thema/Ziel</b>  | Die Schüler/innen erkennen den Einfluss von Bild und Bildlegende auf die Aussage eines visuellen Medienberichtes.<br>Sie erkennen, dass Medien nicht «objektiv» sein können, sondern ihre Beiträge durch die notwendige Selektion und Wortwahl immer als gestaltet verstanden werden müssen). |
| <b>Stufe</b>       | Sekundarstufe                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Zeitaufwand</b> | 1 Lektion                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Materialien</b> | Fotos aus der Tagespresse.                                                                                                                                                                                                                                                                    |

#### Ablauf

- Unterrichtseinstieg: Mit der Klasse werden ein paar Fotos aus der Tagespresse im Hinblick auf ihre Aussage hin besprochen. Was ist die Funktion des Bildes und welche Aufgabe hat dabei die Bildlegende?
- Kleingruppenarbeit à drei Personen: Jede Gruppe erhält eine Kopie des gleichen Bildes und den Auftrag, eine für sie passende Bildlegende unter das Foto zu schreiben (ohne Absprache mit anderer Gruppen).
- Im Klassenverband stellen die Gruppen ihre Bildunterschriften vor. Es folgt die Reflexion: Wo sagen die Bildlegenden ähnliches aus – wo widersprüchliches? Passt das Bild zu verschiedenen Aussagen?
- Unterrichtsgespräch über die Verwendung von Bildern und ihren Legenden in den Medien. Was heisst diese Erkenntnis für den eigenen, kritischen Blick auf den Umgang mit Informationen und die eigene (politische) Meinungsbildung?

#### Weitere Unterrichtsbeispiele

- *Medienkompass 1*: «Bilder und Texte erzählen Geschichten» (S. 44–47). In dieser Lektion geht es um die Wirkung von Bildern und Texten in Medienprodukten und den Einsatz von Kameraperspektiven und Einstellungsgrössen (zusätzliches Material zu dieser Lektion: [www.medienkompass.ch](http://www.medienkompass.ch)).
- *Medienkompass 2*: «Wort und Bild im Dialog» (S. 52–55). In dieser Lektion geht es um die vier wichtigsten Funktionen von Bildern und die gezielte Auswahl von passendem Bildmaterial (zusätzliches Material auf [www.medienkompass.ch](http://www.medienkompass.ch)).

### **Themen im Lehrplan**

Medienbildung, Informatik, Politik, Sprache, Gesellschaft, Geschichte, Gestaltung

### **Kommentar für die Lehrperson**

- Sucht die Lehrperson aus der Medienberichterstattung noch weitere geeignete Fotos für die Gruppenarbeit heraus, ist darauf zu achten, dass die Bilder unterschiedliche Deutungen zulassen.
- Bei dem Klassengespräch über die Ergebnisse der Gruppenarbeit sollte es für die Lernenden deutlich werden, dass zu ein und demselben Bild verschiedenen Aussagen passend sein können. Es gibt nicht die eine richtige Lösung. Auch in einer professionellen Redaktion werden teilweise dieselben Fotos für verschiedene Artikel genutzt – mit jeweils anderer Bildlegende.

### **Varianten**

- Die Lehrperson sammelt verschiedene Fotos von demselben politischen Ereignis aus (Online-)Zeitungen. Diese schneidet sie aus, so dass die Bildlegenden nicht zu sehen sind. Im Unterricht verteilt die Lehrperson diese Bilder an jeweils drei Schüler/innen und fordert die Lernenden dazu auf, diese mit eigenen Bildunterschriften zu versehen. Anschliessend werden die Ergebnisse im Klassenverband vorgestellt und verglichen. Erscheint das Ereignis bei den verschiedenen Ergebnissen der Gruppen im gleichen Licht? Welchen Einfluss auf die Wirkung des Artikels zu demselben Ereignis hatte in diesem Fall die Bildlegende?
- Zur Vertiefung des Themas können die Schülerinnen und Schüler Kriterien für «gute» Bildlegenden entwerfen. Diese können mit entsprechenden Quellen verglichen werden, z. B. <http://www.scilogs.de/wblogs/blog/gute-stube/allgemein/2011-02-27/bildunterschriften>.
- Das Unterrichtsthema lässt sich auf die Aufgaben einer Bildredaktion oder einer Bildagentur erweitern. Fokus hierbei wäre die Frage der Auswahl der Bilder. Wann werden Fotos eines Ereignisses verwendet, von dem der Artikel handelt, und wann greift die Redaktion auf bestehendes Bildmaterial zurück. Wie arbeitet eine Agentur? Wo sind ethische Grenzen bei der Verwendung der Bilder?
- Im Unterricht werden die Lernenden gebeten, ein digital vorliegendes Foto im Internet zu suchen und bei den Ergebnissen die Bildunterschriften zu vergleichen. Solch eine Bildersuche geht z. B. über die Bildersuchfunktion bei Google: Bei Google die Bildersuche als Seite öffnen und mit der gedrückten Maustaste das gesuchte, geöffnete Foto direkt in die Eingabeleiste ziehen.
- Die Schülerinnen und Schüler sammeln über längere Zeit Bilder aus aktuellen Medien, bei denen der Einfluss der Legende besonders ausgeprägt ist, vielleicht auch ausgefallene Beispiele ...



### Perspektivenwechsel? – Politikerinnen und Politiker im Fokus

Wie werden Politikerinnen und Politiker in den Medien dargestellt? Wie werden Bilder im politischen Kontext eingesetzt und welche Rolle spielen sie dort? Zeigen uns diese Bilder tatsächlich die Wirklichkeit, so wie sie ist?

Im Fernsehen, aus Zeitschriften und im Internet strahlen sie uns tagtäglich entgegen – unsere Politikerinnen und Politiker. Ob sie in der Berichterstattung dabei gross und mächtig, volksnah auf Augenhöhe oder unvoreilhaft, klein und unsicher wirken liegt nicht selten in der Hand und Intention der Fotograf/innen und Journalist/innen.

Dass die in den Medien vorgegebene visuelle Darstellung politischer Persönlichkeiten eine nicht unwesentliche Rolle darin spielt, welche Meinung wir uns von ihnen machen, ist uns selten richtig bewusst.

Diese Unterrichtseinheit beschäftigt sich mit den Wirkungen der Kameraperspektiven mit speziellem Fokus auf die mediale Darstellung von Politikerinnen und Politikern.

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thema/Ziel</b>  | <p>Die Schülerinnen und Schüler setzen sich kritisch mit den Mitteln und Möglichkeiten der Inszenierung von Bildern im politischen Kontext auseinander.</p> <p>Sie reflektieren den Einsatz von Bildern in politischer Berichterstattung.</p> <p>Sie erkennen die meinungsbildende Funktion von Medien vor allem in Hinsicht auf die Darstellung von Personen der (politischen) Öffentlichkeit.</p> <p>Sie diskutieren ethisch-moralische Aspekte hinsichtlich der Inszenierung von Bildern in der Berichterstattung (wann/ ab wann ist Inszenierung in Ordnung? Wann nicht mehr? Welche Konsequenzen kann das haben?)</p>                                                                          |
| <b>Stufe</b>       | Sekundarstufe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Zeitaufwand</b> | 2 Lektionen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Materialien</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Computer (im besten Fall je einer für zwei Schülerinnen und Schüler)</li> <li>– Eventuell Textverarbeitungsprogramm zum Einfügen und Beschriften der Bilder (oder, falls Kenntnis vorhanden, ein einfaches Bildbearbeitungsprogramm)</li> <li>– Bildschirm/ Beamer zur Präsentation oder Drucker</li> <li>– Beispielbilder von Politikerinnen und Politikern für den Einstieg</li> <li>– eventuell Zeitschriften und Zeitungen (Schülerinnen und Schüler erhalten zuvor den Auftrag, diese von zu Hause mitzubringen), Plakate, Internetzugang zur Recherche von Bildern</li> <li>– Schere, Klebstoff, Stifte</li> <li>– Eventuell Fotokameras.</li> </ul> |

### Grobplanung des Unterrichts

- Unterrichtseinstieg: im Klassenraum verteilt hängen Bilder verschiedener (Schweizer oder internationaler) Politikerinnen und Politiker, die aus unterschiedlichen Perspektiven fotografiert sind. Die Schülerinnen und Schüler gehen umher und betrachten die Bilder. Was zeigen diese Bilder? Fällt etwas

auf? Gemeinsam wird diskutiert, ob und wie die Personen auf den Bildern wirken, und woran das liegen könnte.

- Als wesentlicher Faktor bezüglich der Wirkung der Bilder wird die Perspektive der Kamera herausgearbeitet.
- Gruppenarbeit à 4 Personen: Jede Gruppe wählt sich eine Politikerin oder einen Politiker ihrer Wahl aus und sucht nach Bildern aus Zeitungen, Zeitschriften und/oder dem Internet mit besonderem Fokus auf die Kameraperspektive. Wie wird ihre Person visuell dargestellt? Ist dies einheitlich? Oder je nach Quelle unterschiedlich? Woran könnte das jeweils liegen?
- Die Gruppen erstellen eine Collage mit den Bildern ihrer Politikerin / ihres Politikers und versuchen, ihre / seine tendenzielle Darstellung in den Medien zu bezeichnen («der Mächtige», «die Souveräne», «der Spassvogel» etc.). Ist eine solch einheitliche Bezeichnung überhaupt möglich?
- Im Plenum stellt jede Gruppe ihre Collage vor.  
Haben Gruppen eventuell die gleiche Person recherchiert und aufgrund ihrer Bilder eine ähnliche oder komplett andere Bezeichnung gefunden? Wenn unterschiedlich: welche Zeitschriften und Zeitungen wurden jeweils verwendet?  
Die Quellen, aus denen die Bilder stammen, werden gemeinsam festgehalten. (Ein nächster Schritt – wenn Zeit bleibt – könnte sein, die Schülerinnen und Schüler recherchieren zu lassen, wer und welche politische Meinung jeweils hinter dem Quellenmedium steht/stehen könnte.)
- Gespräch: Was für ein Fazit können wir ziehen? Welchen Einfluss haben die Medien auf unsere Wahrnehmung politischer Persönlichkeiten und der Meinung, die wir von ihnen haben?

#### **Weiterführender Hinweis**

- *Medienkompass 1*: «Bilder und Texte erzählen Geschichten» (S. 44–47). In dieser Lektion geht es um die Wirkung von Bildern und Texten in Medienprodukten und den Einsatz von Kameraperspektiven und Einstellungsgrössen (zusätzliches Material zu dieser Lektion: [www.medienkompass.ch](http://www.medienkompass.ch)).
- *Medienkompass 2*: «Wort und Bild im Dialog» (S.52–55). In dieser Lektion geht es um die vier wichtigsten Funktionen von Bildern und die gezielte Auswahl von passendem Bildmaterial) (zusätzliches Material zu dieser Lektion: [www.medienkompass.ch](http://www.medienkompass.ch)).
- Gute Ideen und Bildbeispiele zu weiterführenden Übungen rund um das Thema Kameraperspektive: <http://www.hertzundpixel.net/tiki-index.php?page=4.1.2%20Kameraperspektiven>
- Einstellungsgrössen verständlich und eindrücklich dargestellt für die Videoarbeit, doch auch übertragbar auf die Fotografie im SRF Wissen Videoguide: [http://www.sf.tv/var/VideoGuide/lang\\_ch/loader.php](http://www.sf.tv/var/VideoGuide/lang_ch/loader.php)

### **Themen im Lehrplan**

Medienbildung, Informatik, Politik, Sprache, Gesellschaft, Geschichte, Gestaltung

### **Kommentar für die Lehrperson**

- Bei der Suche geeigneter Bilder für den Unterrichtseinstieg ist darauf zu achten, dass Politikerin-nen und Politiker aus verschiedenen Perspektiven gezeigt werden. Es kann auch lediglich eine Person ausgewählt und die Bilder von ihr verglichen werden. Oder zwei Extreme nebeneinander (gibt es zum Beispiel einen Politiker, der meist aus der Froschperspektive dargestellt wird?)

### **Varianten**

- Die Schülerinnen und Schüler selbst mit der Kamera und verschiedenen Perspektiven experimentieren zu lassen, ist zudem ein guter Einstieg zur Wirkung von Bildern. Wie wirke ich, wenn ich von oben fotografiert werde oder leicht von unten? Was kann ich damit vermitteln – oder derjenige, der mich so fotografiert? Auch mit den verschiedenen Einstellungsgrößen (z.B. Nahaufnahme, Totale etc. kann experimentiert werden.
- Ergänzend könnten die Schülerinnen und Schüler auch ein eigenes Wahlplakat gestalten – und durch das Beifügen eines eventuell widersprüchlichen Wahlslogans ironische und kritische Aussagen treffen. Die Wichtigkeit und Wirkung der Bild-Text-Beziehung kann hier noch einmal besonders thematisiert werden.
- Erweitern lässt sich dieses Thema zudem durch einen Blick auf die Manipulation von Bildmaterial im politischen Rahmen. Da die Inszenierung und Manipulation von Bildern so alt ist wie die Fotografie an sich, ist ein Blick auf aktuelle und historische Bilder vor allem mit propagandistischem Hintergrund interessant und gibt Aufschluss darüber, wie stark die Kraft der Bilder im politischen Kontext genutzt wird und wurde.  
(Bildmaterial z.B. unter: <http://www.rhetorik.ch/Bildmanipulation/Bildmanipulation.html>).

## Literatur und Links

### Lehrmittel

*Medienkompass 1: Medien und ICT für die Primarstufe.*

Autorenteam: Daniel Ammann, Urs Ingold, Flurin Senn, Silvie Spiess, und Friederike Tilemann. 4., korr. Aufl. Zürich: Lehrmittelverlag, 2012.

*Medienkompass 2: Medien und ICT für die Sekundarstufe.*

Autorenteam: Daniel Ammann, Urs Ingold, Flurin Senn, Silvie Spiess und Friederike Tilemann. 3., korr. Aufl. Zürich: Lehrmittelverlag, 2012 .

Website ([www.medienkompass.ch](http://www.medienkompass.ch)) mit aktuellen Links:

<http://www.lehrmittelverlag-zuerich.ch/Lehrmittel-Sites/Medienkompass/Medienkompass2/MK2Kapitel1-18/3.MehraldsdieWirklichkeit/tabid/677/language/de-CH/Default.aspx>

### Praxisorientierte Literatur

Fountain, Susan. *Leben in Einer Welt: Anregungen zum globalen Lernen*. Braunschweig: Westermann, 1996.

Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.). *Bilder, die Lügen*. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn: Bouvier, 2003.

Holzwarth, Peter. «Enjoy Capitalism» – Adbusting als kritische Medienpraxis auch für pädagogische Kontexte». *Körper. Kult. Medien: Inszenierungen im Alltag und in der Medienbildung*. Hrsg. v. Norbert Neuss u. Mike Grosse-Loheide. Schriftenreihe zur Medienpädagogik 40. Bielefeld: GMK Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, 2006. S. 78–91.

Holzwarth, Peter. *Kreative Medienarbeit mit Fotografie, Video und Audio: Grosse und kleine Projektideen für die medienpädagogische Praxis*. München: kopaed, 2011.

Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg. Bilderwelten und Weltbilder. «Medienkompetenz Computer – politische Bildung». Politik & Unterricht: Zeitschrift für die Praxis der politischen Bildung. 1 (2005): [http://www.politikundunterricht.de/1\\_05/medien.pdf](http://www.politikundunterricht.de/1_05/medien.pdf).

Mueller, Samuel. *Werbung gegen Realität*. Köln: Eichborn, 2012.

Museum für Kommunikation Bern. *Objektiv: Das Magazin zur Ausstellung «Bilder, die lügen»*. Bern, 2007.

Museum für Kommunikation, Bern; Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. *Bilder, die lügen – didaktische Materialien*. 2007. [http://www.mfk.ch/fileadmin/pdfs/Bildung\\_Vermittlung/Materialien/Ausstellungen/Bdl/Bdl\\_didakt\\_Materialien.pdf](http://www.mfk.ch/fileadmin/pdfs/Bildung_Vermittlung/Materialien/Ausstellungen/Bdl/Bdl_didakt_Materialien.pdf).

### Weiterführende Literatur

Albrecht, Clemens. «Wörter lügen manchmal, Bilder immer. Wissenschaft nach der Wende zum Bild». *Mit Bildern lügen*. Hrsg. v. Wolf-Andreas Liebert u. Thomas Metten. Köln: Herbert von Halem 2007. S. 29–49.

- Bergmann, Jens; Pörksen, Bernhard (Hrsg.). *Medienmenschen: Wie man Wirklichkeit inszeniert*. Münster: Solibro-Verlag 2007.
- Doelker, Christian. Bilder lesen: Bildpädagogik und Multimedia. Sammelwerk «Medienzeit». Hrsg. v. Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus. Donauwörth: Auer 1998.
- Doelker, Christian. «Bildung kommt von Bild. Anmerkungen zur Bildpädagogik und Bildkompetenz». *media in media: Texte zur Medienpädagogik*. Ausgewählte Beiträge 1975 – 2005. Hrsg. von Georges Ammann u. Thomas Hermann. Zürich: Verlag Pestalozzianum, 2005. S. 111–117.
- Doelker, Christian. *Ein Bild ist mehr als ein Bild: Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*. Stuttgart: Klett-Cotta, 1997.
- Doelker, Christian. *Kulturtechnik Fernsehen: Analyse eines Mediums*. Stuttgart: Klett Cotta, 1991.
- Jaubert, Alain (Hrsg.). *Fotos, die lügen: Politik mit gefälschten Bildern*. Frankfurt am Main: Athenäum, 1989.
- Miener, Frank. *Bilder, die lügen. Tourist Guy und Co. – Digitale Gefahr für die Medien?* Books on Demand, 2004.
- Pörksen, Uwe. *Weltmarkt der Bilder: Eine Philosophie der Visiotype*. Stuttgart: Klett-Cotta, 1997.
- Wolfrum, Edgar; Arendes, Cord. «Die Macht der Bilder: Ein Plädoyer für die Stärkung der Medienkompetenz.» *Ruperto Carola 2* (2006): <http://www.uni-heidelberg.de/presse/ruca/rucao6-2/8.html>.

### **Filme zum Thema Bildmanipulation**

- Hat Kohl Madonna geküsst? – Wie man mit Bildern manipulieren kann*. Bernd Dost. BRD 1996. Dokumentarfilm zur Thema Bildmanipulation.
- Sternstunde Kunst: Bilder, die die Welt bedeuten – Von der Wirklichkeit in der Fotografie*. Michael Hegglin. Schweiz 2008, SF1, 5.10.2008. Dokumentarfilm zur Thema Fotografie und Bildwirklichkeit.
- Wag the Dog. (Wenn der Schwanz mit dem Hund wedelt.)* Regie: Barry Levinson. Spielfilm USA 1997.
- Um von einer Affäre des Präsidenten abzulenken wird für die Bevölkerung der USA ein virtueller Krieg inszeniert.
- Zu diesem Film sind folgende Begleitmaterialien erschienen:*
- von Hilgers, Lisa. Propaganda im US-amerikanischen Spielfilm. Begleitendes Unterrichtsmaterial für Lehrerinnen und Lehrer. Film ABC | Materialien 12. Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur. [http://www.filmabc.at/bilder/file/12\\_Filmheft\\_Propaganda\\_US\\_Film.pdf](http://www.filmabc.at/bilder/file/12_Filmheft_Propaganda_US_Film.pdf) (ohne Jahresangabe)
- Fieberg, Klaus. *Wag the dog*. Ein Film über Medienmacht und Politik. *Praxis Politik 6* (Dez. 2005), Politik Macht Bilder – Bilder machen Politik, S. 54–57.



SRF mySchool  
(© SRF Media Relations)

## Links

### Analysebeispiele von SRF mySchool

<http://www.srf.ch/myschool> > Themen > Medien: Medienkompetenz

z. B. Politiker auf dem Podest (vgl. S. 8) und Mubarak auf dem roten Teppich (S. 10)

*In den Videos werden folgende Themen und Unterthemen behandelt:*

#### «Bilder und ihre Wirkung»

- Nicht jeder ist so gross, wie er scheint
- Blickwinkel: Die Normalperspektive zeigt Respekt
- Blickwinkel: Die Froschperspektive macht mächtig
- Blickwinkel: Die Vogelperspektive macht klein (2 Videos)
- Der Aufbau des Bildes ist entscheidend
- Ein Schnappschuss muss nicht der Wahrheit entsprechen
- Eine Szene hat unzählige Augenblicke (2 Videos)
- Auch Bildtitel können Aussagen verändern

#### «Echt oder Fälschung?»

- Jedes Foto kann bearbeitet werden
- Besonders kleine Veränderungen sind gefährlich
- Gleiches Bild, anderer Inhalt
- Mehr Dramatik durch Manipulation

Unterrichtsmaterial (vgl. S. 19–24)

- «Bildlegende – mehr als ein paar Worte» (mit Arbeitsblatt)

- «Perspektivenwechsel? – Politikerinnen und Politiker im Fokus»

## bildbild

<http://bildbild.ch>

Internetseite zum Thema Bildkompetenz

## Beispiele für Adbusting

[http://members.aon.at/antiglobe/ADBUSTING\\_im%2odeutschsprachigen%20Raum.HTML](http://members.aon.at/antiglobe/ADBUSTING_im%2odeutschsprachigen%20Raum.HTML)

<http://germany.indymedia.org/2004/07/87547.shtml>

<http://blogs.taz.de/streetart/kategorie/adbusting/>

#### «Adbusting: A Media Literacy Unit»

<http://lessons.ctaponline.org/~bchavanu/>



«Adbusters»

<http://adbusters.org/spoofads/printad/>

«Speed – Ist Rasen männlich?»

<http://www.ist-rasen-maennlich.ch/>

### **Beispiele für Bildmanipulationen**

«Bildmanipulation»

<http://www.rhetorik.ch/Bildmanipulation/Bildmanipulation.html>

«Gefährliche Bildmanipulation»

<http://www.photoshop-weblog.de/gefahrliche-bildmanipulation/>

«Photo manipulation»

<http://en.wikipedia.org/wiki/Photomanipulation>

«Image editing»

[http://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_image\\_editing](http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_image_editing)

### **Seiten mit Vorher-Nachher-Vergleichsmöglichkeit**

«Retouch»

<http://demo.fb.se/e/girlpower/retouch/>

«Photo retouching & 3D visualisation»

<http://www.euphoria-imaging.com/portfolio.html>

«PortraitProfessional»

<http://www.portraitprofessional.com/gallery/>

### **Film über kosmetisches und digitales Veränderungspotenzial**

«Dove Evolution»

<http://www.dove.de/de/Tipps-Themen-and-Artikel/Videos/Evolution.aspx>

Hinweis: Auf die Internetseiten wurde zuletzt am 18.12.2012 zugegriffen.

### Impressum

Pädagogische Hochschule Zürich  
 Digital Learning Center  
 Lagerstrasse 2  
 8090 Zürich  
[www.phzh.ch/digitallearning](http://www.phzh.ch/digitallearning)

### Bildnachweis

|            |                                                                                                                                                                                                                   |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titelbild  | Peter Holzwarth                                                                                                                                                                                                   |
| Abb. 1a/b  | Lehrmittelverlag des Kantons Zürich                                                                                                                                                                               |
| Abb. 2     | Peter Holzwarth                                                                                                                                                                                                   |
| Abb. 3     | Peter Holzwarth                                                                                                                                                                                                   |
| Abb. 4     | Michael Kappeler                                                                                                                                                                                                  |
| Abb. 5     | Michael Kappeler                                                                                                                                                                                                  |
| Abb. 6     | Peter Holzwarth                                                                                                                                                                                                   |
| Abb. 7     | Peter Holzwarth                                                                                                                                                                                                   |
| Abb. 8     | Justin Hoch ( <a href="http://en.wikipedia.org/wiki/Photo_manipulation">http://en.wikipedia.org/wiki/Photo_manipulation</a> )                                                                                     |
| Abb. 9/10  | Portrait Professional ( <a href="http://www.portraitprofessional.com/gallery">www.portraitprofessional.com/gallery</a> )                                                                                          |
| Abb. 11    | Al-Ahram. <i>guardian.co.uk</i> ( <a href="http://www.guardian.co.uk/world/2010/sep/16/mubarak-doctored-red-carpet-picture">http://www.guardian.co.uk/world/2010/sep/16/mubarak-doctored-red-carpet-picture</a> ) |
| Abb. 12    | Alex Wong/Getty Images                                                                                                                                                                                            |
| Abb. 13    | Woody Allen (Quelle: New York, The Museum of Modern Art)<br><a href="http://www.moma.org/collection/browse_results.php?object_id=107281">http://www.moma.org/collection/browse_results.php?object_id=107281</a>   |
| Abb. 14    | Peter Holzwarth                                                                                                                                                                                                   |
| Abb. 15    | Peter Holzwarth                                                                                                                                                                                                   |
| Abb. 16a/b | Jürg Fraefel                                                                                                                                                                                                      |
| Abb. 17–19 | Peter Holzwarth                                                                                                                                                                                                   |
| Abb. 20    | Collage von Sylvia Schurter, Studentin, PH Zürich                                                                                                                                                                 |

**Peter Holzwarth** arbeitet als Dozent im Digital Learning Center an der Pädagogischen Hochschule Zürich. E-Mail: [peter.holzwarth@phzh.ch](mailto:peter.holzwarth@phzh.ch)

© 2012 Pädagogische Hochschule Zürich

1. Aufl. Dezember 2012

Redaktion / Fachlektorat: Daniel Ammann, Jürg Fraefel

Layout / Produktion: Urs Stauber, Daniel Ammann

Das «Dossier Bildmanipulation» steht unter folgender Adresse zum kostenlosen Download bereit:

**<http://www.medienbildung.ch/dossiers>**