

Das Internet der Fotografen

Allgemeine Betrachtungen

zum Thema *Internet*

und etwas weniger allgemeine Betrachtungen

zum Thema *Internet und Fotografie*.

Was mach ich hier?

Hacken wir das Thema in Teile:

- Was ist das Internet?
- Auswirkungen auf die Fotografie?
- Diskussion zum Thema – wenn Bedarf...

Was ist das Internet?

Technisch:

- Netzwerk
- Internetdienste (Mail, FTP, Telnet ...)
- Server -> Client

Ein Medium: Es erlaubt Kommunikation

Medienverbund: Text, Bild , Bewegung, Ton...

Wenn vom Internet gesprochen wird, wird oft das **World Wide Web** (WWW) gemeint:

- Browser (HTTP, HTML -> WWW)

ca. **213'458'815** Websites (netcraft.com August 2010)

Nutzung des Internet

- Information, Recherche
- Datenaustausch
- Unterhaltung
- Persönliche Kommunikation
- Diskussion, Meinungsbildung
- Präsentation, Werbung, Vergleich, Kauf und Verkauf
- Soziales Leben

Gesellschaft im Internet: Soziale Netzwerke

Soziale Netzwerke werden auch für lokale Gemeinschaften eine Bedeutung erlangen. Dies sollte von Vereinen nicht ignoriert werden, wenn sie ihre Klientel weiterhin ansprechen wollen. Es gibt keinen Grund, warum ihre lokalen Aktivitäten nicht auch in potentiell globalen sozialen Netzwerken umgesetzt werden können.

Web 2.0

Wechsel im Verhältnis Produzent <-> Konsument:

Der Begriff *Web 2.0* bezieht sich neben spezifischen Technologien primär auf eine veränderte Nutzung und Wahrnehmung des Internets. Die Benutzer erstellen, bearbeiten und verteilen Inhalte selbst, unterstützt von interaktiven Anwendungen, welche sich selbst im Web finden.

Die Inhalte werden nicht zentralisiert von Medienunternehmen erstellt und über das Internet verbreitet, sondern von einer Vielzahl von Nutzern, die sich untereinander vernetzen -> Community (Gemeinschaft).

- [Foren](#)
- Blogs, Twitter (Mikroblog ?)
- Gemeinschaftsprojekte ([Wikipedia](#) ...)
- Soziale Netzwerke - Communities (Facebook, Netlog ...)
- allg.: Kommentiermöglichkeit, Interaktion, Verknüpfung

Blog

- Wortkreuzung aus Web und Log für Logbuch -> (We)Blog
- Ein auf einer Website geführtes, meist öffentlich einsehbares Tagebuch oder Journal.
- Der Blogger steht als wesentlicher Autor über dem Inhalt, Beiträge sind häufig in der Ich-Perspektive. (Anders als bei (Netz-)Zeitungen)
- Der Blogger führt Aufzeichnungen, protokolliert Sachverhalte, schreibt Gedanken nieder.
- Das Blog wird aktualitätsbezogen geführt als lange, abwärts chronologisch sortierte Liste von Einträgen.
- Meist sind auch Kommentare oder Diskussionen der Leser über einen Artikel zulässig.

Das Blog bildet ein für Autor und Leser einfach zu handhabendes Medium zur Darstellung von Aspekten des eigenen Lebens und von Meinungen zu spezifischen Themen.

einige Fotoblogs

- Asiatische Fotografie: <http://chngyaohong.com/blog/>
- Zeitgenössische Kunst: <http://ilikethisart.blogspot.com/>
- Beratung und Motivation: <http://www.fotofeinkost.de/>
- Fotografen (auf deutsch): <http://blog.sonicsites.de/>

Ord nende Elemente:

- Archiv (Bsp: <http://japan-photo.info/blog/archive/>)
- Tags, Kategorien
- Tagcloud

Blogroll (anstelle einer Linkliste)

Blog oft als Teil einer Website.

Communities, Soziale Netzwerke

Thema: z.B Fotocommunity -> Fotografie als verbindendes Element

Account: Privater Bereich, das eigene Heim in der Community

- private Kommunikationsmöglichkeiten (Mail, Fotomail ...)
- Freundes-listen, Favoriten
- Verfolgen von Ereignissen

öffentlicher Bereich: (Einstellungen zur Privatsphäre)

- Präsentation der eigenen Person
- Kommentarmöglichkeiten
- Aktivitäten
- ...

Gespräch: Foren nach Themen gegliedert, Markt-, Stammtisch- und ein Dampfablassforum.

Wissenssammlung in Foren oder Wikis

Treffen: Mitgliedertreffen, Stammtisch

Anreiz: Statistiken zu Aktivität und Attraktivität,
-> Aufmerksamkeitsökonomie

Galerie mit Abstimmung

Admin: Oft Mitglieder aus der Community

Friedhof: Einen eigenen [Friedhof](#) haben nur wenige Communities.

Foto orientierte Soziale Netze: Fotocommunity.de Deviantart.com
Flickr.com Photo.net

Was ist das Internet nicht?

- Das Internet ist nicht eine besondere Welt, in der besondere Dinge passieren.
- Ein Medium, dass sich an uns richtet um uns etwas zu zu lehren, mitzuteilen oder uns zu erziehen.
- Eine Verkaufs- oder Werbeplattform
- Eine Schmuddel-Ecke, die es zu bezwingen gilt.
- Das Internet ist nicht national, regional ...
- Es gehört nicht einem Medienunternehmen, einer Lobbygruppe, einem Staat ...

Kompetenzen für das Internet:

Begriff des **Digital Native**

- Computerbedienung ist so selbstverständlich wie Autofahren
- Medienkompetenz:
 - Medien kennen und nutzen können
 - Sich in der Medienwelt orientieren können
 - An der Kommunikation teilnehmen können
 - Eine kritische Distanz zu Medien halten
 - Selbst kreativ in der Medienwelt tätig werden
- Englischkenntnisse sind von klarem Vorteil ...

Diskussionsstil

- Netiquette,
- Diskussionsstil auf Augenhöhe
- Richtiges zitieren.

Gefahren:

- Keine Körpersprache im Schriftlichen
- Unterschiedliches Humorverständnis (Ironie, Sarkasmus ...)
- Kritikfähigkeit...
- Suchen vor Fragen
- Godwins Law

Das Internet verschiebt Verhältnisse

Änderung der Meinungsführerschaft

Bisher: Der "Experte" hat Zugang zu Medien (Umkehrschluss!)

Neu: Jeder hat Zugang zu Medien -> Neue Meinungen

- Meinungsführerschaft (Die Meinung wird durch Argumente gemacht, nicht durch den Besitz des Senders, Verlags ...)
- Blogs
- [Streisand-Effekt](#)
- Wikileaks
- Transparenz von Handlungen von Behörden und Regierungen:
„Mit dem ständigen Wissen im Hinterkopf, dass er für seine Handlungen zur Verantwortung gezogen werden kann, handelt der Staat auch dementsprechend.“ ([Schwedische Regierung](#))

Das Internet ist politisch bedeutsam.

Umwälzung überkommener Strukturen

Vertrieb von nun nicht mehr an Träger gebundenen Informationen z.B. Musik, Text, Bild.

- Die traditionellen Medien werden zu Digitalen Medien transformiert. Während dies bei den elektronischen Medien schon weitgehend geschehen ist, befinden sich die Printmedien noch im Umbruch.
- Die digitalen Medien selber wandeln sich in Internetangebote.
- Zur gleichen Zeit entstehen neue digitale Medienangebote, die in Konkurrenz zu den bestehenden Angeboten auftreten.
- Dieser Wandel nicht ohne Gewinner und Verlierer statt.
- Zu unterscheiden ist zwischen den Inhalten der Medienangebote und den Formen dieser Angebote.
- Es gibt keinen Grund herkömmliche Formen der Medien besonders zu schützen.

Kontrolle über Inhalte im Web

Das Internet ist nicht gleichermassen kontrollierbar wie die Medien vor der Internetzeit:

- Schlechtes Verhalten von Firmen wird gnadenlos abgestraft: [Nestle](#), [Jack Wolfskin](#), [Jako](#) ...
- Politik (z.B. [Duisburg](#))
- Lobby (z.B. Atomenergie, Pharmabranche)
- Idee des Intellectual Property gegen Fair Use (Musikindustrie)
- Militär (Kriegsverbrechen, Propaganda ...)
- Traditionellen Medien schwimmen die Felle davon.

Um Interessen wird mit harten Bandagen gekämpft: Einrichten von Zensurinfrastrukturen, Diskreditieren von Gegnern, Einschüchterung (Austragen rechtlicher Zermürbungs-Kämpfe - David gegen Goliath).

Netzpolitik

Das Internet stellt eine wesentliche Infrastruktur dar.

Netzpolitische Themen (Auswahl):

- Datenschutz, Anonymität
- Urheberrecht, DRM (Digital Restriction Management), Open-Bewegung: Gnu-Lizenz, Creative Commons ...
- Netzneutralität
- Barrierefreiheit (Semantische Auszeichnung)
- Opendata (Daten statt nur Meinungen)
- Zensur

-> **Piratenpartei** (monothematische Partei?)

Beispiel: Open Government Data

- **Vollständigkeit:** Alle öffentlichen Daten werden verfügbar gemacht, die nicht berechtigten Datenschutz-, Sicherheits- oder Zugangsbeschränkungen unterliegen.
- **Primärquelle:** An ihrem Ursprung, in nicht aggregierten oder sonst wie modifizierten Formaten.
- **Zeitnah:** Daten werden zügig zur Verfügung gestellt.
- **Zugänglich:** Daten werden so vielen Nutzern wie möglich für möglichst viele Verwendungszwecke bereit gestellt.
- **Maschinenlesbar:** Zur automatisierten Verarbeitung strukturiert.
- **Nicht diskriminierend:** für Alle verfügbar, ohne Registrierung.
- **Nicht proprietär:** Standardisierte Formate, über die keine juristische Person die alleinige Kontrolle hat.
- **Lizenzfrei:** Daten unterliegen keinem Urheberrecht, Patenten, Markenzeichen oder Geschäftsgeheimnissen. Sinnvolle Datenschutz-, Sicherheits- und Zugangsbeschränkungen sind zulässig.
- Die Einhaltung dieser **Prinzipien** ist **überprüfbar**.

Informationsflut

Das Internet zergliedert sich in Themengebiete, welche sich gegenseitig oft nur wenig wahrnehmen. Clusterbildung durch gegenseitige Verlinkung. Es hat zwar zu allem etwas, aber nicht immer in beliebiger Tiefe.

Wahrnehmung: Es existiert nicht worüber im Internet nichts geschrieben steht -> Im Internet steht alles ...

Zentrale Linkknoten um zu einem Thema schnell einen Überblick zu kriegen. „Superspreeder“:

- Themenbezogene Blogs, ordnende Blogs z.B. Netzpolitik.org
- Themenspezialisierte Foren z.B. Drogen-Forum
- Wikipedia (z.B. Stichwort [Fotografie](#))
- Linklisten (z.B. photolinks.ch)
- aber auch Suchmaschinen z.B. [Metager2](#)

Informationsaufbereitung

Was der einzelne nicht kann kann evtl. die Menge:

- [Visualisierung](#), Kommentierung, Verknüpfung
- Idee der [kollektiven Intelligenz](#)
- Dokumente auswerten: z.B. [90'000 Seiten](#) bei Wikileaks, hunderte Blogs, die auswerten.

Fotografie und Internet

Symbiose: Internet, Digitalfotografie und digitale Bildbearbeitung

Das Foto existiert nicht mehr per se als Papierabzug:

- Bilder können auf dem Bildschirm angeschaut werden,
- über das Netz als Datei ausgetauscht werden,
- in Medien eingebunden werden.

Was bedeutet dies für uns?

Jeder Fotograf hat heutzutage eine Website:

- Statische Webseiten: Biografie, Arbeitsgebiete
- Galerie: Bildbeispiele
- Oft ein Blog: Aktualität
- Links: Thematisches Umfeld, Freunde

Beispiele:

- [Grauwerk](#)
- [Stefan Rohner](#)
- [Todd Hido](#)
- [Mark Tucker](#)

Tipps: [Webseiten NoNos](#) / [Fotografen-Vita](#)

Vernetzung von Randthemen

Randthemen können sich mithilfe des Webs zu Szenen entwickeln:

- [Toycameras](#), [Holga](#) und Diana, Lochkamas ...
- Ausbildung einer [LowFi](#)-Ästhetik.

Erhalt der analogen Fotografie im Zeitalter der digitalen Fotografie:

- Vereinigung für Digitalkameraverweigerer ([vfdkv](#))
- Erhalt und Weitergabe von Wissens (z.B. [Edeldruckverfahren](#))
- Analog-Bedarf: spezialisierte Versand-Unternehmen (z.B. [Ars-Imago](#)).
- Wiederbelebung: z.B. [Impossible Project](#)

Inspiration, Orientierung

Bilder, Bilder, Bilder: Zu erkennen, dass alles schon fotografiert wurde ist nicht für alle gleichermassen entspannend.

Kann man auch Bilder besprechen?

- Kommunikation ohne Gestik
- Dialog mit Verzögerung (Dialog \neq Analyse)
- Aus welcher Sicht argumentiert der Kritiker?
- Diskussion auf Augenhöhe

Zu einem wirklichen Schluss bin ich in dieser [Frage](#) nicht gekommen

Information

Marktinfo:

- z.B. Photoscala.de

Unabhängige technische Infos, Tests:

- z.B. Dpreview.com
- Photozone.de

Gerüchteküchen:

- z.B. Photorumors.com)

Auswirkung: Fotografen

Der digital fotografierende Amateur ist über das Internet als Fotograf und Bildlieferant zugänglich geworden.

- direkte Ansprache
- Mikrostock-Agenturen für Amateure

Als Folge davon ist Fotograf ist nicht mehr der gleiche Beruf wie vor dem Internet:

- Niemand braucht mehr "einfach nur Bilder".
- Benötigt wird ein „Medien oder Kommunikationsfachmann“.

(Vergleich zu Chauffeur in Zeiten, als Autofahren noch nicht „Allgemeinbildung“ war.)

Auswirkung: Fotozeitschriften?

Klassische Fotozeitschriften:

- Information: Das WWW ist schneller
Das soziale Netz ist vertrauenswürdiger
- Keine Community
- Bilder sind im Internet mehr zu finden

Ausweichthemen -> z.B. Studio, Lifestyle (Hochglanz), Profifotografen

Neue Fotozeitschriften:

- Im Zusammenhang mit Communities

Auswirkung: Hersteller, Fotohandel

- Informationen kommen nicht mehr von der Partnerschaft Hersteller/Fachhändler, sondern von Amateuren.
- Grassrootmarketing: Marketing unter Freunden resp. Dialog statt (plumpe) Werbung.
- Versuch, das Grasswurzelmarketing zu steuern: Astroturfing (Kunstrasen statt Graswurzel).
- Grosse Herausforderung für die Hersteller und Werbetreibenden. Handel vermehrt durch Grosshändler mit breitem Angebot. Ausdünnung im kleineren Handel. -> Nischenprodukte, welche Beratung benötigen.
- Tausch, Secondhand -> Preiszerfall
-> Gebrauchtmärkte leer fischen durch Eintauschaktionen
-> Cashback: Günstig verkaufen und trotzdem Preisniveau halten

Fragen und Diskussion

Die Antwort wird [42](#) sein ...

[The End](#)