

Wir entwickeln die Beta-Version von NZZ.ch:

Mehr dazu | Feedback

Neue Zürcher Zeitung

Soziale Medien und die Public Domain

Wenn das Netz Kunstwerke recycelt

Auf den ersten Blick mögen Kunstformen wie etwa die Malerei nur wenige Berührungspunkte mit neuen Kommunikationskanälen wie beispielsweise Facebook und Tumblr gemeinsam haben. Doch die Besucher der Tagung «Public Domain – Gratiskultur für alle?» wurden eines Besseren belehrt.

Lorenz König | 21.4.2015, 17:19 Uhr

Wie werden kulturelle Artefakte wie etwa Werke der Malerei im Netz verbreitet, was ist der Nutzen dahinter und wo gibt es Handlungsbedarf? Im Rahmen der vom Migros Kulturprozent und dem Präsidialdepartement Basel-Stadt organisierten Tagung «[Public Domain – Gratiskultur für alle?](#)» im Haus der Elektronischen Künste in Basel gingen unter anderem Kunsthistoriker Wolfgang Ulrich und Merete Sanderhoff, Kuratorin am States Museum for Kunst in Kopenhagen (SMK), diesen Fragen nach. Ein weiterer angekündigter Experte in diesem Bereich, Dirk von Gehlen von der «Süddeutschen Zeitung», musste kurzfristig absagen. Obwohl hier nur auf die Nutzung und Verbreitung von Kunst im Netz eingegangen wird, wurde das kontroverse Thema Public Domain an der Tagung weitgehend abgedeckt.

Dass Kultur nicht vor den Museumsmauern Halt macht, hängt für Wolfgang Ulrich heutzutage stark mit den technischen Kommunikationsmöglichkeiten zusammen. Nicht nur die Vervielfältigung und Verbreitung, auch die Modifikation von bestehenden Kunstwerken ist dadurch vereinfacht möglich. In den sozialen Netzwerken dient die Verbreitung modifizierter Bilder der Kommunikation und der Mitteilung von Emotionen, stellt Ulrich fest. Ähnlich einem Witz werde das Bild im Netz kontextabhängig genutzt und als pointierte Darstellung in einer aktuellen Situation verwendet. Einige solcher «geremixter» Bilder würden in den sozialen Medien einen Hype erfahren, so Ulrich. Der auf den Plattformen veröffentlichte Beitrag habe also eine Konjunktur, die je nach dem über Stunden oder Tage andauern

könne. Als Beispiel für dieses Internetphänomen nennt Ulrich die Memes. Macher von Memes modifizieren und parodieren bestehende Motive und lassen somit aus dem Vorhandenen etwas Neues entstehen. Dabei werden die Motive von ihrem Ursprung gelöst und vom Urheber abgekoppelt: Es spiele keine Rolle mehr, wer das Bild gemacht habe und was seine ursprüngliche Intentionen dahinter gewesen seien, führt Ulrich aus. Im Hinblick auf die Urheberrechte würden sich die wenigsten Nutzer Gedanken darüber machen, dass das von ihnen verwendete Material in vielen Fällen geschützt sei. Ulrich erachtet das aktuelle Urheberrecht im Kontext der sozialen Medien als überholt. Er fordert die Verbreitung von Bildern in den sozialen Medien, also das Posten und Rebloggen, von den urheberrechtlichen Restriktionen freizusprechen.

Auch Merete Sanderhoff [sprach sich für einen offenen Umgang](#) mit Werken abseits urheberrechtlicher Restriktionen aus. An Beispielen des Rijksmuseum in Amsterdam und dem Statens Museum for Kunst, der National Galerie von Dänemark, schildert sie, wie Museen netzbasierte Aktionen durchführen und davon profitieren können. Einerseits erachtet es Sanderhoff als die Aufgabe eines staatlichen Museums, seine Kulturschätze der Öffentlichkeit so gut es geht zugänglich zu machen. Andererseits kann die kreative Wiederverwendung von Bildern der Bekanntheit der Werke und dem Museum Aufschub verleihen: In dem die Bilder immer wieder Gegenstand von Kommunikation würden, schwämmen sie im Meer von Bildern in der Welt des Internets und würden somit von der Öffentlichkeit wahrgenommen. Würden die Bilder (urheberrechtlich) eingeschlossen, verschwänden sie in den Tiefen des besagten Meeres. Dies dürfe in einer solchen Welt, in der Google die eigentliche Website jedes Museums darstelle, nicht ignoriert werden. Das SMK bietet 40'000 Bilder der Gemeinfreiheit zum Download an. Diese werden unter anderem von Digital-Künstlern modifiziert und als neue Kunststücke online veröffentlicht und geteilt. Dadurch, so Snaderhoff, werde kulturelles Erbe zu Gemeingut.

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG. Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von Neue Zürcher Zeitung ist nicht gestattet.